VNIVERSIDAD NACIONAL
AVTONOMA DE
MEXICO

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

"El cartel como recurso de comunicación en el fomento a la práctica del Voleibol de sala (Deportivo Leandro Valle)"

Tesis

Que para obtener el título de:
Licenciado en Diseño Gráfico

Presenta

Moisés Carranza Martínez

Director de Tesis: Lic. Juan Carlos Miranda Romero

México, D.F., 2009

Universidad Nacional Autónoma de México
UNAM
Biblioteca Central
Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

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.

Le doy gracias a Dios por manifestar su amor hacia mi a través de mi Esposa,
que siempre ha sido mi dilección y motivación,
por mostrar su existencia en mis Padres, Familiares y Amigos que me rodean
y por poder brindarles ésta satisfacción a todos ellos.

Al Ing. Rogelio García Castañeda y Jorge Barrón Castro
representantes de Servicios y Sistemas Impresos.

Al Lic. Mauricio Rivera
representante de Grupo Collat.

A mis Maestros de toda la vida;
Director de tesis y Sinodales.

Y a mis compañeros involucrados en este proyecto.

UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

INDICE

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN 3
PROBLEMA 5
OBJETIVO 5
JUSTIFICACIÓN 5

CAPÍTULO II *VOLEIBOL*

2.1 ORÍGENES DE LOS JUEGOS DE PELOTA EN MÉXICO 9
2.1.1 ELEMENTOS FORMALES DEL JUEGO DE PELOTA 10
2.2 BREVE HISTORIA DEL VOLEIBOL 14
2.2.1 CARACTERÍSTICAS ELEMENTALES DEL VOLEIBOL DE SALA 18
2.3 BREVE HISTORIA DEL VOLEIBOL EN MÉXICO 28
2.4 PROBLEMÁTICA DEL VOLEIBOL DE SALA EN MÉXICO 30
2.5 SITUACIÓN DEL VOLEIBOL DE SALA EN EL D.F. 32
2.5.1 SITUACIÓN DEL VOLEIBOL DE SALA EN EL DEPORTIVO LEANDRO VALLE 34

CAPÍTULO III *EL CARTEL*

3.1 BREVE HISTORIA DEL CARTEL 39
3.2 TIPOS DE CARTEL 50
3.3 EL CARTEL EN EL DEPORTE 56
3.3.1 CARACTERÍSTICAS DEL CARTEL EN EL DEPORTE 58
3.3.2 EL CARTEL EN EL DEPORTE EN MÉXICO 60

CAPÍTULO IV *EL MÉTODO DE TRABAJO*

4.1 MÉTODO SISTEMÁTICO PARA DISEÑADORES 65

CAPÍTULO V *DESARROLLO (utilizando el Método Sistemático para Diseñadores) DEL CARTEL DE VOLEIBOL DE SALA PARA EL DEPORTIVO LEANDRO VALLE*

5.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA PARA EL DISEÑO DEL CARTEL 69
5.2 OBTENCIÓN DE DATOS RELEVANTES 69
5.3 ANALÍSIS Y SÍNTESIS DE LOS DATOS 69
5.4 DESARROLLO DE PROTOTÍPOS 71
5.4.1 DEFINICIÓN DEL TAMAÑO DEL CARTEL 72
5.4.2 PROCESO DE BOCETAJE DEL CARTEL 73
5.4.3 SEGUIMIENTO DE ELABORACIÓN DEL CARTEL 77
5.5 VALIDACIÓN DEL DISEÑO 82
5.5.1 COMPOSICIÓN CARTEL VOLEIBOL (movimiento defensivo) 82
5.5.2 COMPOSICIÓN CARTEL VOLEIBOL (movimiento ofensivo) 85
5.5.3 ACEPTACIÓN DEL DISEÑO O VISTO BUENO 89
5.5.4 TÉCNICA DE ELABORACIÓN DEL DISEÑO DE CARTEL ACEPTADO 89
5.6 PREPARACIÓN DE DOCUMENTOS PARA PRODUCCIÓN 100
5.6.1 PREPRENSA 102

CAPÍTULO VI *RESULTADOS Y CONCLUSIONES*

6.1 RESULTADOS 107
6.2 CONCLUSIONES 111

BIBLIOGRAFÍA 113

CAMPEONATOS DE ESPAÑA
EN EDAD ESCOLAR
POR SELECCIONES
AUTONÓMICAS
2006
BRASILEIRO UNIVERSITÁRIO DE
VOLEIBOL
VOLEIBOL.... ¿MODA O DEPORTE?
deporte en el co
VOLEIBO
ROCKODROMO
28 - 30 MAYO
PREOLIMP
VOLEI
¡Vive el
Espectácu
CAPÍTULO I
WORLD
LEAGUE
FIVB
VOLLEYBALL
CSV
CAMPEONATO NACIONAL DE
VOLEIBOL
CANCUN 20
DEL 08 AL 13

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se sustenta en la historia universal y nacional del voleibol de sala y muestra el origen, conceptualización, desarrollo y aplicación del cartel como un medio de comunicación óptimo para la promoción del voleibol de sala en un deportivo de la Ciudad de México; El Centro Social, Cultural y Deportivo Leandro Valle, en la Delegación Iztacalco.

Partiendo de la necesidad de fomentar la práctica de un deporte marginado como lo es el voleibol de sala y de la capacidad física-deportiva de la juventud mexicana, se expone de manera general la tradición deportiva milenaria de nuestra cultura, como antecedente de una sociedad que cuenta con las herramientas necesarias para desarrollar no solo atletas competitivos, sino también gente más sana a cualquier edad; basándome en los resultados obtenidos de los jugadores mexicanos en competencias internacionales, sus logros han sido pobres. El hablar de las características más importantes de este deporte, así como de sus variantes, crea un panorama extenso que sirve de motor para generar ideas gráficas en la producción del cartel. Si bien está demostrado que el cartel es un medio gráfico de comunicación eficiente, es necesario abordar su historia para atacar el problema de diseño con las técnicas y tendencias gráficas que existen en la actualidad, con el objetivo de proyectar una composición idónea a las expectativas.

Al hablar de composición es fundamental seguir una serie de lineamientos que ayuden a obtener resultados esperados, de tal forma que éste proyecto se apoyó en una estructura formal de método para la creación del diseño del cartel. Así, organizando los elementos morfológicos a tratar en la composición se muestra el proceso creativo y técnico para el desarrollo de éste.

Considerando en el cartel los costos de su producción impresa, así como de la distribución del mismo, fue necesario solicitar el apoyo económico de patrocinadores de la industria privada para absorber los gastos, también se requirió la ayuda logística de la administración de la Delegación Iztacalco para la exposición de éste, ofreciendo a cambio un espacio en la composición donde aparecen los logotipos de la Delegación y las empresas, con la finalidad de darles publicidad.

En el proceso de desarrollo, se observa el tratamiento técnico del diseño de la manera tradicional sin dejar de lado el manejo de software actualizados a través de una computadora. Parte importante en el presente proyecto es la impresión, pues no podemos hablar de un medio gráfico sin dejar de lado las diferentes técnicas existentes y que delimitan en la mayoría de los casos el diseño, por tal motivo se expone todo lo necesario para imprimir un cartel en serie.

El poder exhibir un medio de comunicación como lo es el cartel hace del presente trabajo una aplicación completa del diseño gráfico, pues se logra cerrar el ciclo al entrar en contacto visual con el público al que va dirigido, dependerá de sus elementos morfológicos y composición para lograr una pregnancia en el receptor que lo motive a actuar en base al mensaje.

En el primer capítulo se presenta de manera clara el problema y su solución a través de la realización del cartel, que es el tema a desarrollar. En seguida se hace referencia al objetivo, que es aumentar el número de inscritos para las clases de Voleibol de Sala en el Deportivo Leandro Valle y de una forma indirecta la motivación de los demás centros deportivos de la Delegación Iztacalco para la promoción de este deporte en sus espacios. La justificación del proyecto es provocar en las personas de la demarcación, en una edad que va de los 12 a los 55 años de edad, la necesidad de ejercitarse en el Voleibol de Sala para llevar una vida más sana aprovechando las instalaciones que el gobierno local pone a su alcance.

El segundo capítulo expone un marco teórico que refiere a nuestros antepasados milenarios presentándolos como una cultura adepta al deporte en el sentido lúdico y religioso, que dejaron como testimonio en el país gran número de canchas donde practicaban el juego de pelota y basado en ese aspecto de nuestra historia indicar la necesidad de efectuar una actividad deportiva en la sociedad mexicana, desde sus orígenes y hasta hoy día. Así mismo se expone el nacimiento, vertientes y desarrollo del Voleibol de Sala a nivel Internacional y Nacional. Las características básicas en la práctica de este deporte, instrumentos, reglas y técnica fue necesario plasmarlas para adentrarse al problema de la creación del cartel, además de proporcionar ideas para la proyección del mismo. La situación del Voleibol de Sala en México, D.F. y Deportivo Leandro Valle se presenta en este capítulo para justificar la necesidad de elaboración del cartel.

En el capítulo tercero se aborda de manera breve la historia del cartel para entender el papel que ha desempeñado este medio de comunicación desde sus inicios hasta nuestros tiempos, su efectividad dio paso a una clasificación de carteles por su tema y estilo. Por medio de esta información se puede generar un cartel para fomentar la práctica del Voleibol de Sala que presente características acordes a la época, auxiliándose también con las diversas aplicaciones que tiene el cartel en el deporte, reconociendo a los elementos retóricos y morfológicos de la imagen que lo caracterizan. En este mismo apartado también se abordan las aplicaciones históricas que ha tenido el cartel en el deporte a nivel nacional exhibiendo su importancia, algunos ejemplos gráficos exponen la calidad conceptual y técnica, resaltando por consecuencia una muy limitada producción en cuanto a carteles dirigidos al Voleibol de Sala.

Ell capítulo cuarto es el encargado de presentar la estructura formal del método para generar el diseño del cartel para el fomento del Voleibol de Sala en el Deportivo Leandro Valle, la razón de apoyarse en una metodología es la necesidad de explicar las soluciones alcanzadas, demostrando con esto que el resultado de ninguna manera es infundado.

El quinto capítulo muestra el desarrollo del cartel de Voleibol de Sala para el Deportivo Leandro Valle, desde su conceptualización hasta su exhibición. En el proceso se explica paso a paso la generación de las formas, colores y textos, que van desde la ideas hasta los instrumentos y técnicas utilizadas en su producción. Así mismo

son presentados los costos en la reproducción y el tipo de impresión utilizado que estuvo supeditado al factor económico. En esta parte del proyecto se logra demostrar una vez más el poder de convencimiento que tiene un medio de comunicación masiva cuando se respetan diversos conceptos compositivos para la solución del problema gráfico.

En el Capítulo VI se exponen los resultados obtenidos del presente proyecto y las conclusiones a las que se llegó.

PROBLEMA

Existe poca o nula difusión para el Voleibol de sala en el Distrito Federal, se pretende generar más adeptos a través del cartel como medio persuasivo en la comunicación.

OBJETIVO

A través de la creación de 1 diseño de cartel impactar visualmente al espectador por medio de la composición, motivando a las personas para que practiquen Voleibol de sala en el Deportivo Leandro Valle, aumentando así el número de inscritos cuya edad oscila entre los 12 y los 55 años, en ambos sexos, mismo que será exhibido en el interior y periferia de las instalaciones del deportivo mencionado y dentro de todos los Centros Sociales y Deportivos de la Delegación Iztacalco durante un mes.

JUSTIFICACIÓN

Debido a la reducida existencia de espacios cerrados para practicar Voleibol de sala y la nula información o generación de estímulos para practicar un deporte como éste, nos lleva a dejar a un lado una rama tan noble del deporte, que permite conservar en buen estado de salud a las personas, gracias a que tiene un riesgo mínimo de contraer lesiones, se ejercita todo el cuerpo y se puede practicar relativamente hasta una edad de adulto mayor. Como deporte de alto rendimiento por lo tanto ha sido poco explotado dando como resultado pobres participaciones a nivel internacional. El cartel como medio de comunicación que resulta ser muy económico, comparado con otros *mass-media*, podría ser la vía que haga el cambio positivo de nuestra sociedad a través de la práctica del Voleibol de sala.

CAMPEONATOS DE ESPAÑA
EN EDAD ESCOLAR
POR SELECCIONES
AUTONÓMICAS
BRASILEIRO UNIVERSITÁRIO DE
VOLEIBOL
VOLEIBOL... ¿MODA O DEPORTE?
deporte en el co
VOLEIBO
ROCKODROMO
PREOLIMP
VOLEI
CAPÍTULO II
VOLEIBOL
CSV
WORLD
LEAGUE
FIVB
VOLLEYBALL
CAMPEONATO NACIONAL DE
VOLEIBOL
CANCUN 20
DEL 08 AL 13

2.1 ORÍGENES DE LOS JUEGOS DE PELOTA EN MÉXICO

Como parte importante y significativa de las culturas mesoamericanas se encuentra el ***Juego de pelota***. Ya que desde el Período Preclásico que va del año 2000 a 100 a. de C. comenzó a tener relevancia, que se sostuvo durante mucho tiempo en diferentes pueblos de la zona. Dato que queda demostrado porque a la llegada de los españoles al nuevo continente el juego se encontraba en su apogeo, principalmente entre los mexicas.

El carácter no solo divertido del ***Juego de pelota*** sino sobre todo el aspecto religioso, mitológico y de ejercicio guerrero hace de esta manifestación cultural algo singular en la historia precolombina y americana.

La importancia que tuvo el ***Juego de pelota*** en la época prehispánica se sustenta por los restos arqueológicos de canchas que se han ido descubriendo a lo largo de toda la zona mesoamericana hasta hoy día. Desde Querétaro al norte, hasta Honduras y El Salvador al sur y desde Papantla en la costa del Golfo de México, hasta Tehuantepec en la costa del Pacifico.[1]

FIGURA 2.1
SHEFFLER, op. cit., p. 14

MAQUETA ENCONTRADA EN NAYARIT (PERIODO CLASICO) QUE REPRESENTA EL JUEGO DE PELOTA EN MINIATURA

Lee Guillan Crosby (1939) hace un estudio de manera más especifica referente a la distribución de las zonas prehispánicas donde se practicó el ***Juego de Pelota*** nombrando como **Primera:** La zona Maya que se extiende a Guatemala, Belice, Honduras, El Salvador y a los estados mexicanos de Chiapas, Tabasco, Yucatán, Campeche y parte del territorio de Quintana Roo. **Segunda:** La zona del estado de Oaxaca, México. **Tercera:** abarca los estados de Hidalgo, Querétaro, Zacatecas, Puebla, Veracruz, y tal vez Jalisco, Nayarit, Sinaloa y Sonora, en México. Y menciona una **Cuarta:** La zona de Arizona, Estados Unidos de Norteamérica. Esta amplia magnitud de difusión del Juego demuestra la aceptación que tuvo en las diferentes épocas y culturas antes de la llegada de los españoles.

Existen diferentes versiones respecto al lugar donde surgió el Juego de Pelota, los investigadores ocupados del tema hablan de distintas regiones probables. Frans Blom (1932) afirma que el ***Juego de Pelota*** es de origen maya, sustentaba su aseveración en el recuento de las canchas pertenecientes a ésta zona, que para esos años sumaban treinta y nueve, sin embargo posteriores descubrimientos demostraron la existencia de un gran número de canchas en mesoamerica.

Esther Pastory (1972) habla de la probabilidad de que las figurillas de terracota encontradas en Tlatilco, valle de México; San Lorenzo, Veracruz; Tlapacoya y Xochipala en Guerrero, México, que son pertenecientes al Período Preclásico representaban a jugadores de pelota.

Marcia Castro-Leal Espino (1973) establece que la más antigua manifestación del ***Juego de Pelota*** se da en el periodo de apogeo de la cultura Olmeca (1300 a 800 a. C.)

1 SHEFFLER, Lilian, *et al*. El juego de pelota prehispánico y sus supervivencias actuales. Ediciones Coyoacán, México. 1ª. Edición. 1999.

Víctor W. Von Hagen (1984) señala que los olmecas que vivían en las zonas cálidas de la costa del Golfo de México, donde crecía el árbol de hule, tenían ya el juego en el año 500 a. C.

Sin embargo, no se puede decir hasta el momento con exactitud dónde y cuándo empezó dicho juego, pero se puede concluir con lo anterior que en Mesoamérica se practicaba el ***Juego de pelota*** entre las diferentes culturas de la época desde el periodo Preclásico, esto es, hace más de 4,000 años.[2]

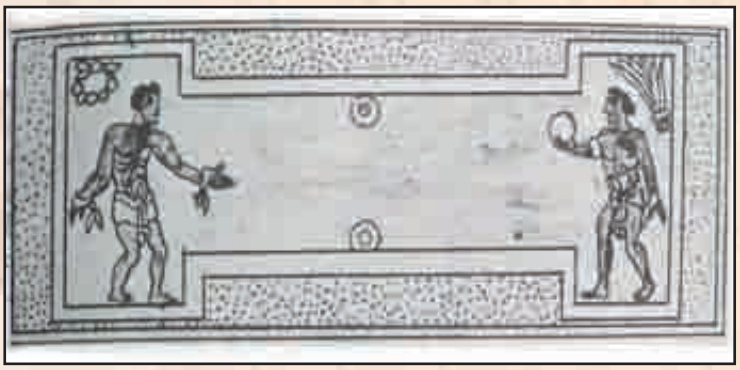
2.1.1 ELEMENTOS FORMALES DEL JUEGO DE PELOTA.

El Juego de Pelota Prehispánico, llamado ***ullamaliztli*** en nahuatl y ***pok-ta-pok*** en maya,[3] tiene una serie de características que lo hacen muy singular y desde el sentido lúdico pudiera guardar una similitud con el voleibol de sala.

Canchas de Juego.

En México encontramos un gran número de zonas arqueológicas descubiertas que nos hablan de la existencia de civilizaciones muy desarrolladas de las cuales aun no sabemos todos sus secretos. Dentro del área mesoamericana existen gran cantidad de construcciones relacionadas con el juego de pelota que sufren variantes de forma locales, pero que en general son muy semejantes. De acuerdo por las investigaciones realizadas hasta hoy día por distintos arqueólogos, es a partir del Preclásico Medio (1,300 a 700 a. de C.) cuando aparecen las edificaciones hechas especialmente para el desarrollo del Juego de pelota, de tal forma que las canchas de épocas tempranas son pequeñas y las de épocas posteriores son de mayor tamaño.

FIGURA 2.2
SHEFFLER, op. cit., p. 33



REPRESENTACIÓ N DE UNA CANCHA DE JUEGO DE PELOTA EN EL CODICE BODLEY

Arquitectónicamente son construcciones que presentan desde una vista aérea forma de doble **T** o de **I** mayúscula, que compone una cancha de tres patios, uno central y dos laterales. A las canchas se les conocía como ***tlachtli***, ***tlachco*** y ***ollamaloyan*** en nahuatl, en maya su nombre dado era ***pok-yak***. Los materiales utilizados para la construcción de las canchas de juego dependieron de los disponibles en cada región, empleando piedras de diferentes tamaños, toscas en etapas tempranas y mejor trabajadas en épocas posteriores.

El *patio central* es el elemento principal de todas las canchas y con su forma rectangular se une por sus lados más cortos a los patios cabezales. Así los *patios cabezales* también son campos rectangulares que se unen perpendicularmente al patio central. Las canchas están limitadas en el patio central por las llamadas *plataformas laterales* que son paredes inclinadas hacia adentro del campo en algunos casos y en otros son paredes verticales con anillos de piedra que van incrustados en éstas. En los patios cabezales aparecen muros para delimitar el área de juego denominados *topes cabezales*.

2 SHEFFLER, *op. cit*., pp. 13-15
3 SHEFFLER, *op. cit*., p. 19

Existen elementos accesorios como los nichos empotrados en los topes cabezales, los altares o discos de piedra que a veces se encuentran en el patio central y otras en los patios cabezales, anillos de piedra, esculturas, portaestandartes, marcadores, etc. Los altares generalmente circulares que están colocados con frecuencia a lo largo del eje longitudinal del campo de juego se supone (ya que aún no ha sido precisado con exactitud) servían para marcar tantos al ser tocados por la pelota o también para hacer el saque. Se admite que los anillos aparecieron hacia 900 d. de C. y han sido considerados como un tipo de marcadores debido a que al lograr atravesar la pelota a través los anillos significaba el triunfo del juego. Existieron también canchas sin anillos, pero contaban con distintos objetos utilizados como marcadores en el juego, algunos ejemplos de estas canchas los encontramos en la región zapoteca, por lo que puede deducirse que la práctica del *ullamaliztli* tuvo diferencias en relación a la desarrollada en el altiplano mexicano, arrojando con esto variantes del juego.

Como elemento que no podemos dejar pasar sin hacer mención es una línea transversal de color negro o verde que dividía el piso del campo por la mitad en el patio central, llamada *tlecotl*, que además de tener un carácter mágico, esta línea limitaba el territorio de juego de cada equipo o grupo participante. Cabe mencionar que entre los habitantes de mesoamerica era motivo de orgullo contar en su localidad con una cancha para la práctica del Juego de Pelota.[4]

Pelota

Las pelotas utilizadas para el *ullamaliztli* eran elaboradas de hule virgen llamado *ulli* u *olli*, extraído del árbol llamado *olcuahuitl*. Esto las hacía sumamente duras y con el tratamiento que se le daba para su elaboración se tornaban de color negro. El tamaño de las pelotas era variable, algunos autores hablan de unos 12 cm. de diámetro, pues dependía de la dimensión del anillo por donde debía pasar, su peso oscilaba entre los tres y los cuatro kilogramos. Se han encontrados datos que nos hablan de la producción en serie de las pelotas, en el *Códice Mendocino* aparece registrado que entre los tributos anuales que se tenían que pagar a Tenochtitlan se incluían 16,000 pelotas de *olli*. El nombre dado a la pelota en nahuatl era ***ololtic*** y en maya ***pok***.[5]

FIGURA 2.3
SHEFFLER, op. cit., p. 29

LOS JUGADORES HACIAN OFRENDAS ANTE SUS INSTRUMENTOS DE JUEGO

Vestuario

A juzgar por las representaciones encontradas en los bajo relieves, códices, figurillas de barro, etc., procedentes de los centros ceremoniales y ruinas arqueológicas, la indumentaria de los jugadores u *ollamani* (en náhuatl quiere decir jugador) constaba básicamente de un *mazatl* o taparrabo y diferentes protectores, elaborados generalmente de cuero, para no lastimar aquellas partes que utilizaban para hacer contacto con la pelota y las que estaban mas expuestas a golpes y caídas inherentes al *ullamaliztli*, como lo eran los muslos, caderas y manos.[6]

4 SHEFFLER, *op. cit*., pp. 15-19
5 SHEFFLER, *op. cit*., p. 41
6 SHEFFLER, *op. cit*., p. 40

El juego

Encontramos dos maneras diferentes de llevar a cabo un encuentro de juego de pelota, una de ellas es la que esta supeditada a las canchas que contaban con anillo en el centro de ellas, anillo que además de servir como marcador en el juego era objeto de triunfo al lograr atravesar por el centro de su cuerpo la pelota, se cuenta con un número mayor de ruinas de este tipo pertenecientes a la cultura azteca, por tal motivo cuantitativo parece ser tuvo mayor importancia, sobre todo en el altiplano mexicano. La variante del ullamaliztli es la de las canchas sin anillo al centro de ésta, donde fueron utilizados como marcadores altares redondos y estelas, ejemplo de ellas nos lo dan las culturas maya, y zapoteca de Oaxaca.

El número de jugadores era variado, pues existen pinturas que representan a equipos de dos, cuatro, cinco, y seis jugadores. Como regla del juego solo se permitía golpear la pelota con las asentaderas, las caderas y las rodillas. La forma de cuantificar los aciertos en el juego era a "tantos" y a "rayas", según cifra convenida previamente, ganando a aquel que completaba primero la puntuación, y como ya mencionamos, aquel equipo que lograba pasar la pelota por el centro del anillo, lo cual era bastante difícil, automáticamente ganaba el juego. Se procuraba en el desarrollo del *ullamaliztli* tener el *ololtic* en constante movimiento. Para obtener un "tanto" tenía que lograrse que el jugador contrario golpeara la pelota con las partes no permitidas.[7] "…había quien la jugase con tanta destreza y maña que en una hora acontecía no parar la pelota de un cabo a otro sin hacer falta ninguna, solo con las asentaderas, sin que pudiese llegar a ello con mano ni pie, ni con pantorrilla, ni brazo, estando tan sobreaviso así los de una parte como los de la otra para no dejalla parar que era cosa maravillosa, pues si ver jugar a la pelota con las manos a los de nuestra nación nos da tanto contento y espanto, ver la destreza y ligereza con que algunos la juegan, cuanto más alabaremos a los que con tanta maña y destreza y gentileza, las juegan con las asentaderas o con las rodillas, teniendo por falla el tocalle con la mano, ni con otra parte del cuerpo, ecepto con las dos partes dichas de asentaderas o rodillas y había con el ejercicio tan diestros excelentes jugadores que además de ser tenidos en estima los reyes les hacían mercedes y los hacían privados en su casa y corte y eran honrados con particulares insignias." [8] (*sic*)

FIGURA 2.4
SHEFFLER, op. cit., p. 26

DIBUJO DE CHRISTOPH WEIDITZ DONDE REPRESENTA A JUGADORES DE ULLAMALIZTLI

Relativo a la distribución de los jugadores en la cancha se sabe que se colocaba un equipo frente al otro, dividido por una línea transversal, en el patio central se ubicaban los jugadores que llevaban la parte mas activa en el desarrollo del *ullamaliztli*, haciéndole frente a la pelota y a los del equipo contrario, en los patios cabezales se encontraban aquellos jugadores no menos importantes debido a que su tarea era evitar que la pelota penetrara esa zona pues al hacerlo se corría un riesgo mayor de caer en faltas. [9]

7 SHEFFLER, *op. cit*., p. 35
8 DURAN, Diego. Historias de la India de la Nueva España e Islas de Tierra firme. Editorial Porrua, México. 1997. p. 206
9 SHEFFLER, *op. cit*., p. 40

Al término del juego el equipo perdedor, para unos autores, o el ganador, para otros autores, se sacrificaba y se les ofrecían las vidas a los dioses para obtener de estos sus favores. El ganador bien podía ser aquel que actuaría como mejor heraldo ante la intercesión de los dioses, o también aquel que honraba con su triunfo y los corazones de los vencidos a los ávidos ídolos. [10]

Jugadores

Las personas que practicaban el juego de pelota fueron solo del sexo masculino, hasta hoy día no hay elementos que señalen lo contrario, jóvenes y de edad un poco madura a juzgar por las representaciones arqueológicas donde nos muestran sujetos que aparentan estar entre los 20 y 40 años de edad, de diferentes clases sociales pues lo mismo lo jugaban los gobernantes y la nobleza que gente del pueblo. Entre los plebeyos existían los mejores exponentes y hacían del *ullamaliztli* una profesión ganando muchas de las veces una posición social. Era muy importante la fuerza y resistencia física del cuerpo pues muchos jugadores llegaron a morir en la cancha al hacer contacto la pelota con su abdomen, las partes del cuerpo que sufrían mas daño eran las utilizadas para golpear la pelota.

Contexto del Ullamaliztli

Como datos curiosos se encuentran todos los relacionados al ambiente generado por el Juego de pelota en las culturas precolombinas, que son para nuestro tiempo muy familiares. En torno al *Ullamaliztli* se hacía desde una profesión hasta negocios a través de apuestas. El jugador gozaba de un status gracias a sus facultades en el juego, el pueblo se identificaba con el equipo de su región y era motivo de orgullo que cada ciudad o localidad contara con su propia cancha de Juego, los “dueños” de los equipos se daban el placer de apostar de acuerdo a su alcance, por citar un ejemplo es la apuesta hecha por Axayácatl (Tlatoani de Tenochtitlan entre 1469 y 1481 d.C.) y Xihuiltémoc (noble de la época), donde se juega el Mercado y la Laguna de Tenochtitlan por parte de Axayácatl contra el Jardín de Xochimilco propiedad de Xihuiltémoc. Las apuestas las hacían los jugadores, espectadores, organizadores, gobernadores, etc. Existía un ambiente lleno de supersticiones previo al Juego de parte de los *ollamani* que hasta la pelota con que se jugaba recibía una serie de suplicas y ritos acompañados con baños de humo y ofrendas, lo mismo hacían para sus elementos de protección. El jugador que en el encuentro lograba pasar la pelota por el centro del anillo se le respetaba por su habilidad y se volvía una persona famosa, pues él sería garantía de triunfo para los sucesivos Juegos. Parte importante a resaltar es que nunca se olvido el sentido religioso del *Ullamaliztli*. [11]

Ante todo esto lo que considero fuertemente relevante es la herencia de 4000 años con la que contamos los mexicanos para hacer del deporte una actitud de vida obteniendo de esto un gusto por el ejercicio arraigado en nuestros orígenes, que demostramos en singulares deportes y que por diversos factores no se ha revelado en el Voleibol.

10 SHEFFLER, *op. cit*., p. 32
11 *Cfr*: SHEFFLER, Lilian, El juego de pelota prehispánico y sus supervivencias actuales. Ediciones Coyoacán, México. 1ª. Edición. 1999.

2.2 BREVE HISTORIA DEL VOLEIBOL

El Voleibol (como se le conoce en los países de habla hispana) tiene como la mayoría de los deportes un origen incierto. Existen autores que nos hablan de la práctica del voleibol desde hace cientos de años en Sudamérica, o en el sudeste de Asia o posiblemente en la parte noroccidental de México. Lo que se tiene como cierto es el nombre, lugar y el año de quien registró, patentó y tal vez inventó el Bolley Ball (nombre dado en inglés).

El director de Educación Fisica, William G. Morgan, de la Asociación Cristiana de Jóvenes de Holyoke, Massachussets, U.S.A. da inicio formal del Bolley Ball en 1895. Comenta William G. Morgan que la necesidad de inventar un nuevo deporte para el esparcimiento de sus alumnos surgió de la indiferencia que tenían un gran número de estudiantes hacia el Básquetbol, juego que comenzaba a cobrar popularidad, buscaba un deporte que proporcionara ejercicio, esparcimiento y que también lo pudieran practicar personas de edad madura en un espacio bajo techo. No buscaba una actividad física que fuera antagónica del Básquetbol pues tomaba de este la ventaja de hacer participar varios jugadores, motivo por el cual no pensó en el Tenis como actividad recreativa, pero sí tomo del Jeu de Paume (Juego de Palma, nombre que se le dio en un principio al Tenis) la red que se utilizaba y la interactividad entre dos equipos a través de un balón y una red de Tenis elevada a dos metros sirviendo como obstáculo.[12]

FIGURA 2.5
SITIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN MEXICANA DE VOLEIBOL,
[Web en línea].
<http://www.femexvoleibol.net>.
[Consulta: 22-06-2006]

BALÓN OFICIAL DE VOLEIBOL, APROBADO POR LA FIVB

El nombre otorgado primeramente por William G. Morgan al Bolley Ball fue “Mintonette”. Un año después el profesor Alfred Halsted de Springfield Massachussets le cambia el nombre al Mintonette por el de Bolley Ball debido a que la principal característica del juego era el voleo del balón de un lado a otro de la red. Si tomamos en cuenta la definición de la palabra volear la cual en una de sus acepciones nos dice que es *golpear algo en el aire para impulsarlo,* se puede traducir el significado de la palabra Voleibol a balón golpeado en el aire o balonvolea. La difusión de éste nuevo deporte tuvo como motor a la YMCA (Young Massachussets Christian Association). En un principio William G. Morgan utiliza como balón la cámara de caucho de una pelota de Básquetbol, la cual resulta bastante ligera, posteriormente prueba con un balón de Básquetbol que resulto ser muy pesado y por lo tanto de difícil manejo. Después de estas pruebas W. G. Morgan solicitó a una casa productora de artículos deportivos la elaboración de un balón de cuero con cámara de caucho, un tanto más pequeño que el utilizado en Básquetbol que pesara entre 9 ó 12 onzas (258-344 gr.), contando así con propiedades mas adecuadas a las necesidades del nuevo deporte.

12 *Volibol reglas oficiales.* México, Librosss, 1998

Es importante señalar que en los primeros juegos de Voleibol se utilizaba una red de Tenis o Badminton colocada a una altura de 2 m. a partir de su borde superior, se usaba regularmente como balón la cámara del esférico de Básquetbol y el número de toques al balón así como el número de jugadores no estaba reglamentado.

Debido a la difusión dada por la YMCA el Voleibol se extiende rápidamente por todo lo largo y ancho del territorio Norteamericano y en el año de 1900 se internacionaliza con la práctica de éste deporte en Canadá, siendo el país de la hoja de maple el primero en adoptar el Voleibol, seguido por la India. En el período de 1905 a 1916 el balonvolea llega a países como Cuba, China, Japón, Puerto Rico, Filipinas, Inglaterra y Uruguay. Para el año de 1916 se publican en U.S.A. las primeras reglas del Voleibol.

Referente a el periodo que va del año 1918 a 1925 el Voleibol aparece en el viejo Continente, son Italia, Francia, Checoslovaquia, Unión Soviética, España, Holanda, los primeros países en practicarlo. En África lo adoptan Túnez, Marruecos y Egipto. En el año de 1925 son publicadas las primeras reglas oficiales de Voleibol en la desaparecida Unión Soviética.

1929: Es incluido el Voleibol en los Juegos Regionales de la Habana Cuba, gracias a los Comités Olímpicos de nacionales de América Central.

1934: En Polonia nace un Comité Técnico para el Voleibol, resultado del Congreso de la Asociación Internacional de Balonmano.

1939-1944: Desafortunadamente la Segunda Guerra Mundial no permite el desarrollo del Voleibol.

1947: Se concreta el Primer Congreso Internacional de Voleibol en la ciudad de Paris, Francia, con la asistencia de 14 países, de Europa; Bélgica, Checoslovaquia, Francia, Holanda, Hungria, Italia, Polonia, Portugal, Rumania, y Yugoslavia, de America; Brasil, Estados Unidos de Norteamérica y Uruguay, de Africa; Egipto. Del Congreso nace la Federación Internacional de Voleibol (FIVB), estableciéndose las primeras reglas mundiales del Voleibol de Sala. El francés Paul Libaud es el primer presidente de la FIVB.

1948: Es realizado el primer Campeonato Europeo de Voleibol de sala en Roma, Italia, contando con la participación de 6 países.

1949: Se lleva a cabo el primer Campeonato Mundial de Voleibol de sala para hombres, en Praga, Checoslovaquia. Es efectuado el 2° Congreso de la FIVB, en la misma ciudad, con 21 países afiliados.

1952: Es consumado el 2° Campeonato del Mundo de Voleibol de sala para hombres y el Primero para mujeres, en la ciudad de Moscú, URSS. La Unión Soviética se lleva ambos títulos.

1964: Este año es relevante pues se da a conocer el Voleibol de sala a más países gracias a que se incluye en los Juegos Olímpicos de Tokio, con la participación de 10 equipos masculinos y 6 femeninos. A partir de este año se cuenta con el Voleibol de sala en las competencias olímpicas subsecuentes y hasta hoy día. El número de equipos participantes representativos de su país fue en aumento desde 1964.

1986: Se anuncia la creación de la Liga Mundial de Voleibol de sala y de los campeonatos de voleibol de playa durante el XX Congreso de la FIVB en Praga, Checoslovaquia.

Para 1997 existían 214 países afiliados a la FIVB y el número de jugadores se incrementó a 200 millones en el mundo. Cabe señalar que la cifra de países afiliados a la FIVB es mayor al número de países registrados al COI (Comité Olimpico Internacional).

Es importante subrayar el nacimiento y desarrollo que a la par tuvo el voleibol playero para tener un ángulo de referencia del voleibol de sala y así considerar la relevancia de la difusión de este último a nivel mundial, no solo en México.

FIGURA 2.6
SITIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN MEXICANA DE VOLEIBOL, op. cit.
[Consulta: 22-06-2006]

EJEMPLO DE RECIBIMIENTO DE BALÓN O FILDEO EN UN ENCUENTRO DE VOLEIBOL DE PLAYA

En los años 20´s nace una acepción nueva del voleibol de sala, en las playas de Playground, Santa Mónica, California, U.S.A, surgen encuentros de voleibol entre familias y grupos de personas que visitan las costas de Estados Unidos de Norteamérica. Los primeros juegos del ahora llamado Voleibol de Playa se daban con equipos de seis vs seis. En 1927 esté nuevo deporte cruza el océano Atlántico y se convierte en uno de los más jugados en los campos nudistas de Franceville, Francia, conservando el mismo número de jugadores.

1932: En las playas de Santa Mónica, USA, empieza a disminuir el número de jugadores por equipo; 4 vs. 4, 3 vs. 3, y finalmente 2 vs. 2.

1947: Se concreta el primer torneo de Voleibol de Playa de duplas masculinas, se juega en State Beach, California, USA. Aquí aparece como patrocinador y organizador la firma HOLTZMAN.

1948: Se da paso al primer torneo de Voleibol playero de duplas masculinas con premios en efectivo, es organizado por PEPSI COMPANY, en la ciudad de los Angeles, California, USA, resultando un gran espectáculo.

1950: Surge la llamada Beachmania arrojando el primer circuito de Voleibol de playa en varias localidades de California, USA, con la participación de cientos de jugadores. Asimismo se realiza el

primer torneo en Brasil, patrocinado por la compañía NEWSPAPER PUBLISHING.

1960: Se realiza un torneo de Voleibol de playa en las arenas de Le Baule y Les Sables D'Olonne, Francia, los ganadores obtienen un premio de treinta mil francos suizos. En este mismo año se juega el primer torneo en Sorrento Beach, los Angeles, USA, el espectáculo es tan agradable que Marilyn Monroe es una de las estrellas de cine que habla bien del voleibol playero, Jhon F. Kennedy y los Beatles acuden a presenciar el evento.

1965: Es fundada la Asociación de Voleibol de Playa de California y se definen las primeras Reglas de este deporte.

1976: En State Beach y Pacific Palisades, California, USA, se inaugura el Primer Campeonato Mundial de Voleibol de Playa con cinco mil dólares americanos en premios, se registran treinta mil espectadores en las tribunas.

1981: La compañía cervecera MILLER BREWING COMPANY es el mayor patrocinante del USA Tour de voleibol playero con veinte mil dólares americanos para cada evento o torneo de éste circuito.

1984: Se crea en USA la Asociación Profesional de Mujeres jugadoras de Voleibol (WPVA) y nace el circuito australiano Pro-Playa.

FIGURA 2.7
TODO VOLEYBOL,
[Web en línea].
<http://www.todovoley.mforos.com>.
[Consulta: 24-06-2006]

1989-1990: Nace el Circuito Mundial de Voleibol de Playa Masculino desarrollándose torneos en Brasil, Italia y Japón. Los premios fueron de cincuenta mil dólares americanos para los ganadores de cada evento.

1992: El Voleibol de playa aparece como deporte de exhibición en los Juegos Olímpicos de España en las playas de Almeria, cuenta con más de 100 jugadores participantes representando a los cinco continentes, es un éxito taquillero. Se lleva a cabo en Almeria los primeros Campeonatos Mundiales Femeninos de Voleibol de playa. Brasil realiza su primer Campeonato Nacional con 24 equipos participantes.

1993: En la ciudad de Monte-Carlo, Italia, el 24 de septiembre, el Voleibol de playa es reconocido como deporte olímpico. Se acepta la participación de 24 equipos masculinos y 18 femeninos. Se inician los campeonatos mundiales femeninos, Brasil, Chile y USA son los países sede.

CARTEL PROMOCIONAL DEL CIRCUITO MUNDIAL DE VOLEIBOL DE PLAYA

FIGURA 2.8
TODO VOLEYBOL, op. cit.
[Consulta: 24-06-2006]

CARTEL PROMOCIONAL DE LA LIGA EUROPEA DE VOLEIBOL

1995: El Tour Mundial de Voleibol de playa de la FIVB se expande a 29 naciones en los cinco continentes, los premios a repartir suman $ 3,650,000.00 dólares. Se transmite a más de 50 millones de televidentes y los competidores en los sitios de juego superan los ochocientos mil.

1996: Se lleva acabo la primera competencia olímpica de Voleibol de playa el 23 de julio en Atlanta Beach, Atlanta, Georgia, USA, las entradas al partido se agotan un año antes del evento.

Se lanza el concepto de series de Campeonatos Mundiales por la FIVB, incluye tres diferentes categorías de eventos; Grand Slam, Serie Mundial y Challenger. Las series de Campeonato Mundial distribuyó 4.3 millones de dólares en premios.

Es notoria la diferencia de desarrollo y aceptación del Voleibol de Sala en relación al Voleibol de playa, pues aunque el primero cuenta con un mayor número de practicantes a nivel mundial, carece de patrocinios y estímulos en efectivo, con lo que se detiene el desarrollo del mismo, la motivación para ejercerlo y se aumenta la indiferencia hacía este deporte como sucede en México.[13]

En el año de 1998 el reglamento del Voleibol de sala sufre modificaciones importantes con el objetivo de hacerlo mas espectacular y atractivo para el público. Es materia necesaria conocer lo elemental del funcionamiento en cualquier deporte, por lo tanto la existencia de reglas y que el jugador este al tanto de ellas hace del juego una disciplina, dan orden a la actividad y generan confianza para su práctica. El Voleibol es uno de los deportes que por su concepción demuestra más limpieza y menos elementos que lleven al jugador y/o árbitro a una actitud tramposa con el fin de obtener el triunfo.[14]

2.2.1 CARACTERÍSTICAS ELEMENTALES DEL VOLEIBOL DE SALA

El Voleibol es un deporte colectivo, formado por dos equipos de 6 integrantes cada uno, se desarrolla en una cancha rectangular dividida a la mitad por una red.

El objetivo del juego para cada equipo es enviar el balón (golpeándolo con una o ambas de sus manos o brazos) por encima de la red al piso del campo contrario e impedir que el balón toque el de su propio campo. Cada equipo dispone de un máximo de tres toques (con cualquier parte del cuerpo) para retornar el balón al espacio del contrincante (además del toque de bloqueo). El jugador no puede tocar el balón dos veces consecutivas excepto en el bloqueo.

13 SITIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN MEXICANA DE VOLEIBOL, op. cit [Consulta: 18-06-2006]
14 CAMBIOS EN EL REGLAMENTO DE VOLEIBOL, [Web en línea] <http://www.efdeportes.com>. [Consulta: 26-08-2006]

El balón es puesto en juego con el saque: el sacador golpea el balón desde uno de los extremos cortos de la cancha pasándolo por encima de la red hacia el campo adversario, no importa si la red es tocada por el esférico siempre y cuando pase hacia el otro lado por arriba de ésta. La jugada termina cuando el balón no pasa por encima de la red al espacio contrario, toca el piso en el área de juego de cualquier equipo, toca el piso fuera de la cancha, si un equipo no logra enviarlo de regreso en forma correcta, o si se comete una **falta**.[15]

En el juego un equipo gana un punto al ganar una jugada (Sistema de punto por jugada), cabe mencionar que este sistema de puntuación fue una de las modificaciones realizadas al reglamento oficial de Voleibol en 1998 con la finalidad de hacerlo más atractivo. Cuando el equipo receptor gana una jugada, anota un punto y el derecho a efectuar el saque. Otra modificación importante es la aparición de un jugador llamado **Libero** que tiene la facultad de ingresar las veces necesarias al partido, su función es solo defensiva y se puede ubicar solamente en cualquiera de las tres posiciones de la zona de fondo de la cancha.

El juego se divide en cinco períodos llamados "set", para ganar un set se deben acumular 25 puntos con una ventaja mínima de 2 puntos sobre el contrario, por ejemplo: en caso de un empate 24-24, el juego continua hasta conseguir la ventaja de 2 puntos (24-26, 25-27, 27-29,…). El partido es ganado por el equipo que gana tres set. En caso de empate en set (2-2), se juega el quinto set decisivo solo a 15 puntos con una ventaja mínima de dos puntos.[16]

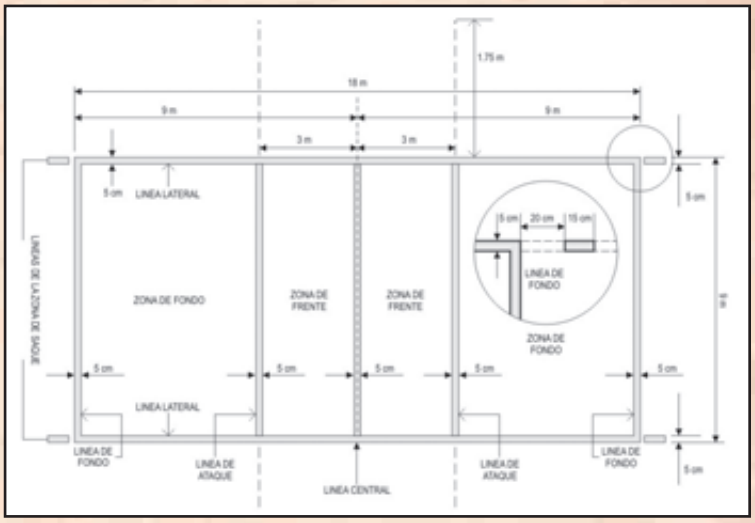
ÁREA DE JUEGO

NOTA PRELIMINAR: *Las reglas son válidas para los equipos masculinos y femeninos, no existe cambio alguno en medidas de cancha, peso del balón o limites defensivos y ofensivos, la única variante será la altura de la red.*

El área de juego incluye **el campo de juego** y una zona libre, ambas deben ser rectangulares y simétricas.

El campo de juego es un rectángulo de 18 x 9 m., rodeado por una zona libre con un mínimo de 3 m. de ancho en todos sus lados. En competencias mundiales de la FIVB la zona libre debe medir un mínimo de 5 m. desde las líneas laterales y 8 m. desde las líneas de fondo.

FIGURA 2.9
VOLIBOL REGLAS OFICIALES, op. cit. p. 71



MEDIDAS OFICIALES DE CANCHA DE VOLEIBOL DE SALA

El espacio sobre el área de juego debe estar libre de todo obstáculo, debe medir un mínimo de 7 m. En competencias internacionales el mínimo será de 12.5 m. de altura a partir del piso.

15 *VOLIBOL REGLAS OFICIALES, op. cit.* pp. 9-10
16 CAMBIOS EN EL REGLAMENTO DE VOLEIBOL, [Web en línea] <http://www.efdeportes.com>. [Consulta: 26-08-2006]

La superficie donde se juega debe ser plana, horizontal y uniforme. Se prohíbe jugar en superficies rugosas y resbaladizas. Para las competencias Oficiales y Mundiales de la FIVB, solo se autoriza una superficie de madera o sintética. Debe ser de color claro.

Todas las líneas tienen 5 cm. de ancho. Deben de ser de color claro y diferente al del piso y de cualquier otra línea.

Las **líneas laterales** y de **fondo** limitan la cancha de juego.

La **línea central** divide la cancha en dos campos de juego iguales de 9 x 9 m. Se extiende por debajo de la red, de línea lateral a línea lateral.

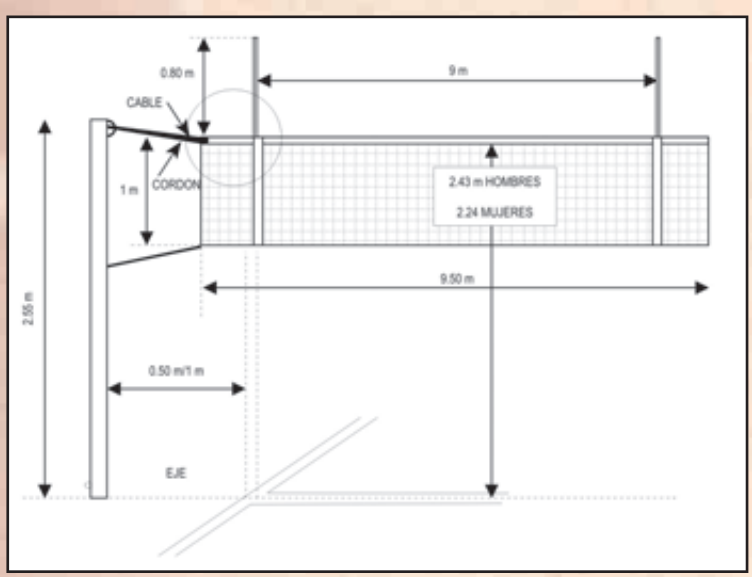
La **línea de ataque** debe estar en cada campo, el borde exterior se traza a 3 m. separada del eje de la línea central. Esta línea junto con la línea central marca la **zona de frente**. En competencias Oficiales y Mundiales las líneas de ataque se prolongan 1.75 m. por cada extremo.

La **zona de saque** es un área de 9 m. de ancho detrás de cada línea de fondo. Lateralmente está limitada por dos líneas cortas, cada una de 15 cm. de longitud, marcadas a 20 cm. de distancia de la línea final.

La **zona de sustitución** está limitada por la prolongación de ambas líneas de ataque hasta la mesa del anotador.

El **área de calentamiento** para competencias Oficiales y mundiales de la FIVB son de un tamaño de 3 x 3 m., se localizan en ambas esquinas laterales a los lados de los bancos, fuera de la zona libre. [17]

FIGURA 2.10
VOLIBOL REGLAS OFICIALES, op. cit. p. 72



MEDIDAS OFICIALES DE COLOCACIÓN DE RED, POSTES Y ANTENAS EN LA CANCHA DE VOLEIBOL DE SALA

RED Y POSTES

Ubicada verticalmente sobre la línea central, hay una red, cuyo borde superior se coloca a una altura de 2.43 m. para los hombres y 2.24 m. para las mujeres. La altura debe ser pareja de un extremo a otro de la cancha y no debe exceder en más de 2 cm. la altura reglamentaria. La **red** mide 1 m. de ancho y 9.5 m. de largo, esta hecha de malla negra a cuadros, cada uno de 10 cm. por lado. Dos bandas blancas se colocan verticalmente en la red y se ubican directamente sobre cada línea lateral de la cancha.

La **antena** es una varilla flexible, de una longitud de 1.8 m. y un diámetro de 10 mm. hecha de fibra de vidrio o material similar. Se fijan en el costado inferior de la red, en el extremo exterior de cada

17 México, Federación Metropolitana de Voleibol, *Reglas Oficiales de Voleibol 2001-2004.* Nueva edición, pp. 9-10

línea lateral. Los 80 cm. superiores de cada antena que sobresalen por encima de la red se marcan con franjas de 10 cm. de ancho de colores contrastantes, de preferencia blanco y rojo. Las antenas se consideran parte de la red y delimitan lateralmente el espacio de paso del balón.

Los postes que sostienen la red se ubican a una distancia de 0.50 – 1 m. de las líneas laterales. Tienen una altura de 2.55 m. Paras las competencias Mundiales de la FIVB los postes que sostienen la red se ubican a una distancia de 1 m. de las líneas laterales.

FIGURA 2.11
Acervo Gráfico Personal de Moisés Carranza Martínez; en adelante citado como (M.C.M.) 2008

BALÓN

El balón debe ser esférico, hecho con una cubierta de cuero flexible o cuero sintético, con una cámara de caucho en su interior o material similar. Su color puede ser uniforme y claro, o una combinación de colores. Su circunferencia es de 65-67 cm. y su peso es de 260-280 gr. Su presión interior debe ser de 0.30-0.325 kg/cm2. En competencias oficiales y Mundiales el balón debe cumplir con los requisitos de la FIVB.

BALÓN OFICIAL DE VOLEIBOL, COMUNMENTE UTILIZADO EN ENCUENTROS AMATEUR EN EL D.F.

EQUIPOS

Un equipo puede componerse de un máximo de 12 jugadores, un entrenador, un asistente de entrenador, un masajista y un médico. En competencias oficiales, el médico deberá estar acreditado por la FIVB. Uno de los jugadores, con excepción del **Libero,** es el capitán del equipo.

Indumentaria: Consiste en una camiseta, pantalón corto, calcetas y zapatos deportivos. El diseño y color de las camisetas, medias y pantalones cortos deben ser uniformes y limpios para todo el equipo, en el caso del jugador Libero debe seguir todas las reglas referentes a la indumentaria pero debe portar por lo menos una playera de color que contraste con el resto del equipo. Los zapatos deben ser ligeros y flexibles, con suela de goma o cuero, sin tacón.

Las camisetas de los jugadores deberán estar enumeradas del 1 al 18, apareciendo en la camiseta al frente con un mínimo de 15 cm. de altura, en la espalda con un mínimo de 20 cm. de altura, la cinta que forma a los números deberá tener como mínimo 2 cm. de ancho. En la pierna derecha del pantalón llevará el número de 4 a 6 cm. de altura con un mínimo de 1 cm. de ancho, el color deberá ser contrastante al del uniforme para todos los casos. El capitán del equipo debe tener en su camiseta una cinta de 8 x 2 cm. subrayando el número en el pecho.

Los jugadores pueden utilizar anteojos o lentes bajo su propio riesgo. El uso de rodilleras y/o coderas es permitido. Se prohíbe hacer uso de cualquier objeto que pueda causar lesiones o proveer una ventaja artificial para el jugador.[18]

18 *VOLIBOL REGLAS OFICIALES, op. cit.* pp. 14-20

FALTAS

Se considera falta a una acción no permitida en el juego, se establecen como tales porque al realizarla se aventaja sobre el oponente, en el voleibol de sala existen muchos tipos de faltas, el conocerlas es importante para el buen desarrollo y limpieza de este deporte. Cabe recordar que una falta cometida por un equipo equivale a tanto para el quipo contrario.

Faltas en el toque de balón:

— CUATRO TOQUES; un equipo toca el balón cuatro veces antes de regresarlo (sin contar el toque del bloqueo).
— TOQUE ASISTIDO; un jugador se apoya en un compañero o en una estructura/objeto para alcanzar el balón.
— RETENCIÓN; un jugador no golpea el balón, y el balón es retenido y/o lanzado.
— DOBLE GOLPE: Un jugador golpea el balón dos veces en forma consecutiva o el balón toca sucesivamente varias partes de su cuerpo.

Faltas del jugador en la red:

— Un jugador toca el balón a un adversario en el espacio contrario antes o durante el golpe de ataque de este último.
— Un jugador penetra en el espacio del adversario debajo de la red interfiriendo con el juego de éste.
— Un jugador penetra en el campo adversario.
— Un jugador toca la red o la antena durante su acción de jugar el balón e interfiere con el juego.

Faltas en el saque:

— Cuando el sacador viola el orden del saque.
— Cuando el balón no es golpeado con una mano o cualquier parte del brazo después de ser lanzado o soltado de la(s) manos posterior al silbatazo del arbitro. (se permite mover en la mano el balón o hacerlo botar en el piso)
— Si el jugador después de sonar el silbato tarda más de 8 segundos en ejecutar el saque.
— Cuando el jugador al momento de efectuar el saque pisa dentro de la cancha y línea de fondo, también si pisa fuera de la zona de saque. (si el saque es aéreo o con salto puede tocar la línea de fondo, la cancha o caer fuera de la zona de saque después de hacer contacto con el balón.
— Si el balón toca a un jugador del equipo sacador.
— Si el balón no cruza el plano vertical de la red completamente a través del espacio de paso. El espacio de paso lo conforman: abajo, el borde superior de la red; a los lados, las antenas y su prolongación imaginaria; arriba, el techo.

Faltas cometidas después del saque y faltas de posición:

— Si un integrante del equipo está fuera del campo de juego, a excepción del jugador que realiza el saque.
— Si el sacador comete una falta de saque en el momento de golpear el balón y el adversario está fuera de posición, la falta de saque es la que deberá ser penalizada.
— Si la ejecución del saque ha sido correcta pero posteriormente el saque se convierte en falta (cae fuera, pega a un compañero, etc.) y existe una falta de posición en el equipo contrario, se sanciona la falta de posición.

Falta en el golpe de ataque:

— Cuando un jugador remata el balón que está en el espacio de juego del equipo contrario.
— Si un jugador zaguero (los que se ubican en la zona de fondo de la cancha de juego) completa un golpe de ataque desde la zona de frente cuando al momento del toque el balón se encuentra enteramente por sobre el borde superior de la red.
— Si un jugador completa un golpe de ataque sobre el saque adversario cuando el balón se encuentra en la zona de frente y totalmente por encima del borde superior de la red.
— Cuando un jugador Libero completa un golpe de ataque si al momento del golpe el balón se encuentra enteramente por encima del borde superior de la red.
— Si un jugador completa un golpe de ataque estando el balón a una altura mayor al borde superior de la red y el balón proviene de un pase de manos altas (voleo) efectuado por el jugador Libero ubicado dentro de la **zona de frente**.

Falta en el bloqueo:

— Si el(los) bloqueador(s) toca(n) el balón en el espacio contrario antes o simultáneamente al golpe de ataque del adversario.
— Cuando un jugador zaguero consuma un bloqueo o participa en un bloqueo consumado.
— Al bloquear el saque del adversario.
— Cuando el balón es enviado fuera del campo de juego por el bloqueo.
— Cuando se bloquea el balón en el espacio adversario por fuera de las antenas.
— Si el jugador Libero intenta un bloqueo individual o colectivo.[19]

POSICIONES EN EL CAMPO DE JUEGO

Una característica del voleibol de sala que llama la atención es el cambio constante de posición del jugador en el campo de juego y lo que se denomina como rotación. Las posiciones de los jugadores se numeran de la siguiente forma:

Los tres jugadores colocados frente a la red, entre la línea central y línea de ataque, se les denomina delanteros y ocupan las

19 *VOLIBOL REGLAS OFICIALES, op. cit.* pp. 34-41

posiciones **4** (delantero izquierdo), **3** (delantero centro) y **2** (delantero derecho). Los tres jugadores restantes ocupan la zona de fondo del campo de juego, es el área que encierran las líneas laterales, la línea de ataque y la línea de fondo, se ubican de frente a la red, se les denomina jugadores zagueros y ocupan las posiciones **5** (zaguero izquierdo), **6** (zaguero centro) y **1** (zaguero derecho). Es importante señalar que el jugador que por la rotación vaya tomando la posición **1** será el hacedor del saque.

Cada jugador zaguero debe estar ubicado más lejos respecto de la red que su delantero correspondiente. Cada jugador delantero deberá entonces tener, por lo menos, una parte de su pie más cerca de la línea central que los pies de su correspondiente jugador zaguero. Así mismo cada jugador del lado derecho o izquierdo debe tener, por lo menos, una parte de su pie más cerca de la línea lateral derecha o izquierda, según sea el caso, que los pies de los jugadores centrales respectivos.

Después del golpe de saque, los jugadores pueden moverse y ocupar cualquier posición en su propia cancha y en la zona libre, conservando las limitantes en cuanto a bloqueo, remate y colocación que dependerán de la zona en que el jugador se este desarrollando.

La formación inicial de cada equipo debe ser dada por el entrenador del mismo, está indica el orden de rotación de los jugadores en la cancha, se debe mantener a lo largo del set.

Faltas de posición:

— Cuando, por lo menos, un jugador no esta en la posición correcta en el momento que el sacador golpea el balón.
— Si el sacador comete una falta de saque en el momento del golpe de saque, la falta de saque prevalece sobre la falta de posición.
— Si el saque se transforma en falta después del golpe de saque, la falta de posición es la que debe sancionarse.

Una falta de posición conlleva a sancionar al equipo que la comete con la perdida de la jugada y a rectificar sus posiciones.

ROTACIÓN

El orden de rotación está determinado por la formación inicial del equipo y se controla con el orden del saque y las posiciones de los jugadores a lo largo del set. Cuando el equipo receptor gana el derecho al saque, sus jugadores deben efectuar una rotación en el sentido de las manecillas del reloj o hacia la derecha, ejemplo: el jugador de la posición 2 se traslada a la posición 1 (realiza el saque), el jugador 1 se mueve a la posición 6, etc.

Faltas de rotación:

— Cuando el saque no es efectuado de acuerdo al orden de rotación. El equipo es sancionado con la perdida de la jugada y debe rectificar el orden de rotación.[20]

20 *VOLIBOL REGLAS OFICIALES, op. cit.* pp. 30-32

ARBITROS

El cuerpo arbitral para un encuentro está compuesto por los siguientes elementos:

— Primer árbitro
— Segundo árbitro
— Anotador (2 anotadores para competencias Oficiales de la FIVB)
— Cuatro o dos jueces de línea

Solo están autorizados para hacer sonar un silbato durante el encuentro el primero y segundo árbitro, ambos pueden hacerlo para señalar el fin de una jugada. Inmediatamente después de que los árbitros pitan para dar por terminada una jugada deben indicar con las señas oficiales la naturaleza de la falta, el jugador de la falta (si es necesario) y el equipo que saca. El segundo árbitro acompaña las señas manuales del primer árbitro repitiéndolas. Si el segundo árbitro es quien pita la falta debe indicar la naturaleza de la falta, el jugador en falta (si es necesario) y acompaña la señal del equipo que saca, realizada por el primer árbitro, en este caso el primer árbitro es lo único que hace.

CONDUCTA INCORRECTA Y SUS SANCIONES

Los participantes deben comportarse respetuosa y cortésmente, no sólo con los árbitros, sino también con los adversarios, compañeros de equipo y espectadores.

Las pequeñas faltas de conducta no están sujetas a sanciones. El deber del árbitro es advertir al equipo, verbalmente o por una seña, al capitán del equipo, que la próxima vez será sancionado de acuerdo a la escala de sanciones. La advertencia no es una sanción, por lo tanto no queda registrada en la hoja del encuentro.

Las conductas incorrectas se clasifican en tres categorías que van de acuerdo a la seriedad de la ofensa.

Todas las sanciones por faltas de conducta son individuales, tienen validez para todo el partido y se registran en la hoja del encuentro.[21]

TÉCNICA

El Voleibol de sala tiene tres formas básicas de golpear o atacar el balón, (aplican también para el voleibol de playa); “voleo”, “fildeo” y “remate”, cuando un jugador domina a la perfección los tres tipos de golpe se dice que es un “jugador completo”.

— **Voleo:** es el golpe dado al balón de manera suave, es la forma en la que se coloca con mayor precisión el balón donde se requiera. Para

FIGURA 2.12
TODO VOLEYBOL, op. cit. [Consulta: 24-06-2006]

EJEMPLO DE VOLEO EN UN PARTIDO OFICIAL DE VOLEIBOL DE SALA

21 México, Federación Metropolitana de Voleibol, *op. cit. pp. 43-44*

atacar el balón con voleo se necesita tener ambas manos abiertas, simulando que se está deteniendo el balón con la "yema" de los dedos, casi de frente y por encima de la cabeza, las piernas deben estar ligeramente una detrás de la otra y abiertas a un tercio del compás, las rodillas semi-flexionadas. Las piernas y los brazos actúan como resorte, primero amortiguan la velocidad del balón y al estirar piernas y brazos dirigen el balón a la dirección deseada, con la altura y velocidad que se requiera, las manos tienen la función de dar control al golpe con la punta de los dedos pareciendo que el esférico es retenido y después empujado.

FIGURA 2.13
TODO VOLEYBOL, op. cit.
[Consulta: 24-06-2006]

EJEMPLO DE FILDEO EN UN PARTIDO OFICIAL DE VOLEIBOL DE SALA

— **Fildeo:** éste golpe que se le da al balón, tiene principalmente como finalidad amortiguar el remate del oponente, requiere de mucha agilidad y buenos reflejos ya que en ocasiones debe detener impactos del balón que viaja con una velocidad superior a los 100 Km por hora. La forma correcta de "fildear" es tratando de hacer contacto al balón con la parte interna de los antebrazos o los huesos llamados radio, se juntan ambas manos con los brazos estirados hacia el frente del cuerpo formando un ángulo de 45°, se coloca ligeramente una pierna delante de la otra con el compás abierto a un medio, las rodillas flexionadas de manera que se obtenga una posición de semi-cuclillas y se golpea al balón con ambos brazos a la vez, de manera tal que parece una tabla o raqueta la que detiene el impacto. Este golpe tiene sus variantes (se puede impactar con una o ambas manos o brazos) dependiendo de la necesidad, de él se desprende la llamada "caída facial" la cual se logra cuando se impacta al balón con el cuerpo casi en posición horizontal seguido de una rodada por el piso o una derrapada por el suelo con los pectorales, brazos y piernas en contacto con el piso.

FIGURA 2.14
TODO VOLEYBOL, op. cit.
[Consulta: 24-06-2006]

EJEMPLO DE FILDEO FACIAL EN UN PARTIDO OFICIAL DE VOLEIBOL DE SALA

FIGURA 2.15
TODO VOLEYBOL, op. cit.
[Consulta: 24-06-2006]

EJEMPLO DE REMATE EN UN PARTIDO OFICIAL DE VOLEIBOL DE SALA

— **Remate**: requiere de coordinación, agilidad, potencia, fuerza e inteligencia, es el golpe que determina el fin de la jugada. Permite impactar al balón con mucha fuerza, le imprime velocidad y por lo tanto dificultad de control para el adversario. Se golpea el balón con la palma de la mano, los dedos extendidos juntos o abiertos, el brazo debe estar totalmente recto, se impacta el balón cuando se encuentra al frente y arriba de la cabeza del jugador formando un ángulo de 60°. El golpe va acompañado previamente de un salto, un encurvamiento hacia atrás del cuerpo, de un giro del brazo de

atrás hacia delante que surge con la mano por detrás de la cabeza, y de un movimiento de muñeca de atrás hacia delante o a los lados, sumado con el encurvamiento del cuerpo hacia delante al momento de impactar el balón, todo lo anterior con el fin de imprimir mayor velocidad al esférico. Es importante en el remate la colocación, la velocidad y la altura de donde se impacta el balón, ya que el objetivo es pasar el esférico a la cancha contraria sin que el bloque del oponente sea una limitante. El remate también se puede dar sin fuerza, esto es, se le hace creer al oponente que se impactara con potencia el balón pero se termina solo dándole un pequeño toque o empuje a éste. Las variantes del remate son el golpe de saque, y el bloqueo. Para el saque existen diversas formas de golpear el balón, puede ser con golpe bajo, de lado, por arriba y aéreo, el objetivo es no solo pasar el esférico al campo contrario, sino pasarlo y dificultar su recepción. El bloqueo tiene como objetivo evitar que el remate del oponente sea consumado total o parcialmente. El bloqueo solo lo pueden hacer los jugadores delanteros, solos o en conjunto, cerrando el ángulo de tiro del rematador se obtiene un balón impactado con menos potencia y de fácil manejo para continuar la jugada en caso de que el adversario logre evitar el bloqueo.[22]

FIGURA 2.16
TODO VOLEYBOL, op. cit.
[Consulta: 24-06-2006]

EJEMPLO DE BLOQUEO EN UN PARTIDO OFICIAL DE VOLEIBOL DE SALA

Como requisito primordial para dominar este deporte es el **gusto**, esto es, disfrutar de todo momento en el aprendizaje y práctica del voleibol de sala. El gusto tendrá que ir acompañado de **disciplina** (acondicionamiento físico, regularidad, etc.) para dominar la técnica.

Puede pensarse que en este deporte la efectividad de los participantes depende de su estatura, como en el Básquetbol, también que la masa muscular es innecesaria para practicarlo, pero el voleibol es un deporte tan completo e incluyente que no importa el tamaño, el peso y complexión del jugador. Este deporte requiere de agilidad, reflejos, potencia y coordinación lo que llevará a un buen manejo de la técnica y a un nivel competitivo dando la facilidad para recrear jugadas surgidas de la estrategia.

22 México, Federación Metropolitana de Voleibol, *op. cit.* pp. 29-32

2.3 BREVE HISTORIA DEL VOLEIBOL EN MÉXICO

El Voleibol de sala tiene en nuestro país 90 años de antigüedad, es un tiempo bastante amplio en donde se logran cosechar varios triunfos. En el año de 1917, gracias al Profesor de la YMCA Óscar F. Castillón, se introduce por vez primera el voleibol de sala en México, se da en la ciudad de Monterrey, Nuevo León. A la vez que en la ciudad de México, D.F. lo da a conocer Enrique C. Aguirre.

1920: Comienza a promoverse el Voleibol de sala desde las trincheras educativas, gracias al profesor Leoncio Ochoa, en la Escuela Nacional Preparatoria No. 1. Es en el siguiente año cuando se realizan, tanto en la YMCA como en la Escuela Nacional Preparatoria, los primeros torneos de voleibol de sala en la liga atlética ínter-escolar.

FIGURA 2.17
SITIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN MEXICANA DE VOLEIBOL, op. cit.
[Consulta: 08-01-2007]

REMATE DE UN JUGADOR DE LA SELECCIÓN MEXICANA DE VOLEIBOL DE SALA

1928: Es un año muy importante para nuestra historia del voleibol de sala, la SEP adopta este deporte como oficial para las escuelas de todo el país y se inicia una gran campaña por parte de los profesores de educación física para darlo a conocer, logrando la enseñanza y el conocimiento del voleibol por casi todo el territorio nacional. Un año después al celebrarse en México, D.F. la "Gran competencia nacional de atletismo y deportes" para seleccionar a los deportistas que iban a representar a nuestro país en los II Juegos Centroamericanos y del Caribe en Cuba, se realiza el 1er. Campeonato Nacional de Voleibol Varonil, con la participación de 17 equipos, resultando ganador el representante de Nuevo León.

1930: México obtiene su primer medalla de oro, en voleibol de sala de la rama varonil, en los II Juegos Centroamericanos y del Caribe consumados en la Habana , Cuba.

1933: El profesor Juan Znyder funda la Federación Mexicana de Voleibol.

1935: México obtiene la primera medalla de oro, en voleibol de sala de la rama femenil, en los III Juegos Centroamericanos y del Caribe, celebrados en el Salvador.

1941: Se efectúa el Primer Campeonato Nacional Femenil con sede en el D.F. El Presidente de la Federación Mexicana de Voleibol, Dr. Amado López Castillo, realiza año con año los campeonatos nacionales de 1era. y 2da. fuerza.

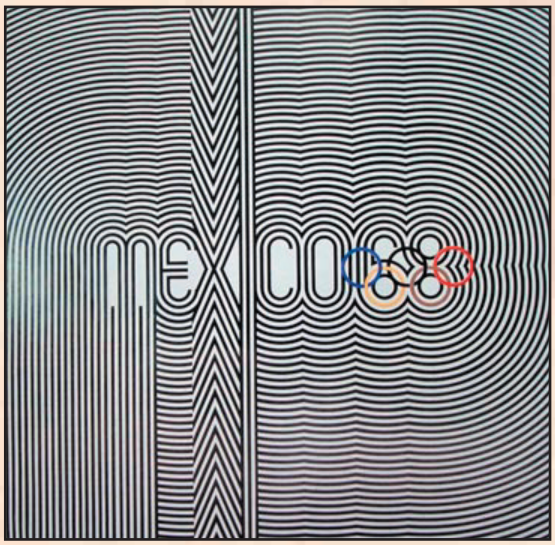
1955: En este año, el voleibol mexicano alcanza su máximo rendimiento Internacional, tiene su primera participación en los II Juegos Panamericanos organizados en México, obtiene medalla de oro en la rama femenil y medalla de plata en la varonil con los equipos de Jalisco y el D.F. respectivamente.

1962: México obtiene la medalla de oro en voleibol de sala varonil en los Juegos Centroamericanos y del Caribe desarrollados en Kingston, Jamaica.

1968: Se celebran los XIX Juegos Olímpicos en México, los representativos de voleibol de sala varonil y femenil se ganan el derecho a participar en la competencia por ser anfitriones de los Juegos, se obtiene el noveno lugar para las mujeres y el décimo lugar para los hombres. Hasta el momento es la única participación de los equipos mexicanos de voleibol de sala en juegos olímpicos.

1969: Es promovida la creación de la Confederación Norte, Centroamericana y del Caribe (NORCECA), siendo electo el mexicano Rubén Acosta Hernández como su primer presidente. En este mismo año se celebra en México el primer campeonato NORCECA donde la selección femenil de voleibol de sala obtiene el primer lugar y el segundo lugar para la escuadra varonil.

FIGURA 2.18
THE OLYMPIC IMAGE.
The first 100 years.
Quo Editions, Canada.
1996, p. 194



DISEÑO UTILIZADO EN LAS OLIMPIADAS DE MÉXICO 68

1970: México gana medalla de oro en los Juegos Centroamericanos y del Caribe, celebrados en Panamá, derrotando al equipo varonil de Cuba. Acude el seleccionado nacional por primera vez a un campeonato mundial femenil en Sofía, Bulgaria.

1971: El equipo de voleibol de sala varonil consigue el 1er. Lugar en el II Torneo NORCECA realizado en la Habana, Cuba. Gana por última vez al seleccionado cubano de voleibol de sala.

1974: Se celebran en México los VIII Campeonatos Mundiales de Voleibol de sala para mayores, se desarrollan en la ciudad de México, Puebla, Toluca, Guadalajara, Tijuana y Monterrey, se obtiene el noveno lugar en femenil y décimo en varonil. En este año son realizados los primeros torneos NORCECA juvenil donde solo participan jugadores menores de 20 años, México obtiene el primer lugar en ambas ramas.

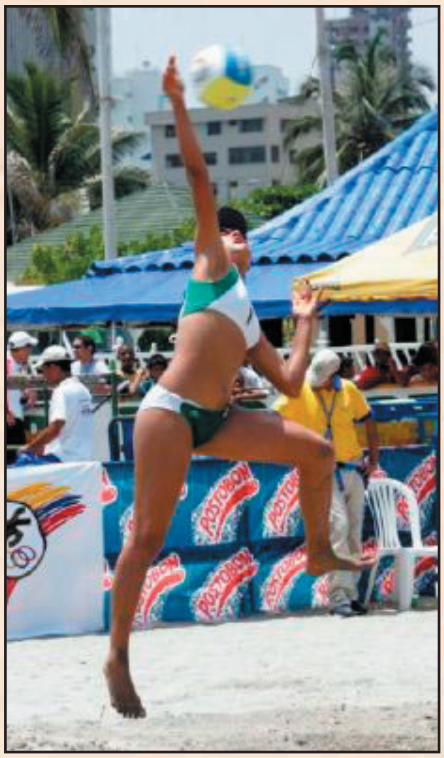
1976: Se lleva a cabo el II torneo NORCECA juvenil en la ciudad de Tampico y Victoria, en Tamaulipas, los equipos representativos nacionales obtienen el primer lugar en la rama femenil y el segundo en la varonil.

1977: México obtiene cuarto lugar varonil y sexto femenil en su primer Campeonato Mundial de Voleibol de sala juvenil celebrado en Brasil.

FIGURA 2.19
SITIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN MEXICANA DE VOLEIBOL, op. cit. [Consulta: 08-01-2007]

REMATE DE UNA JUGADORA DE LA SELECCIÓN MEXICANA DE VOLEIBOL DE SALA

FIGURA 2.20
SITIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN MEXICANA DE VOLEIBOL, op. cit. [Consulta: 08-01-2007]



JUGADORA MEXICANA DE VOLEIBOL PLAYERO

1981: México organiza el II Mundial Juvenil Femenil de voleibol de sala.

1982: Es el último año que el representativo nacional de voleibol de sala masculino participa en un Campeonato Mundial de voleibol de sala de mayores, tuvo lugar en Argentina. Y es la penúltima ocasión que el seleccionado femenil participa en un Mundial de la especialidad, esto se dio en Perú.

1984: Durante el congreso de FIVB en los Juegos Olímpicos de Los Angeles, el Dr. Rubén Acosta es electo presidente de la Federación Internacional de Voleibol.

1998: En los Juegos Centroamericanos celebrados en Caracas, Venezuela, México obtiene medalla de plata en voleibol de sala varonil, medalla de oro en la rama femenil de voleibol de playa y plata en varonil de playa.

2004: La pareja femenil de voleibol de playa califica para poder participar en los Juegos Olímpicos de Atenas 2004. No logra pasar de la primera ronda.

2006: La selección femenil de voleibol de sala califica para poder participar en el Mundial de la especialidad en Japón, 2006. El representativo mexicano no logra pasar de la primera ronda, sus rivales de grupo fueron; China, Rusia, República Dominicana, Alemania y Azerbaiyán. [23]

2.4 PROBLEMÁTICA DEL VOLEIBOL DE SALA EN MÉXICO

Al considerar los datos históricos del voleibol de sala mexicano, puede creerse que se tiene un desarrollo muy aceptable en relación a otros deportes de conjunto con una mayor o igual aceptación nacional. Desafortunadamente no es así, porque 90 años de existencia de un deporte debería de arrojar por lo menos, de una forma cuantitativa, un número considerable de adeptos a este. La idea de hacerlo deporte oficial por la SEP para las escuelas nacionales es un buen principio para practicarlo, pero se trunca porque aplica solamente a nivel primaria, ya pasaron casi 80 años y aun sigue siendo un juego desconocido y hasta estigmatizado para la mayoría de los mexicanos, si se quiere un desarrollo del voleibol de sala tiene

23 SITIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN MEXICANA DE VOLEIBOL, op. cit [Consulta: 18-01-2007]

que acompañarse de programas de actualización, de torneos, pero sobre todo de mucha difusión.

La difusión del Voleibol de sala en nuestro país puede tener varias vertientes, una de ellas es a través de los medios impresos, tal vez la más rentable, la radiodifusión, la televisión o el Internet. Televisa hace llegar desde hace tres años el Tour Mundial de Voleibol de Playa por TV abierta en México, transmitiendo únicamente y en señal diferida las finales femeniles y hace dos años (2007) transmitió en este mismo Tour Mundial la final masculina con sede en el puerto de Acapulco, Guerrero, México. TV Azteca ha seguido desde hace 2 años al equipo nacional femenil de voleibol de sala y ha transmitido los partidos (en vivo) de México en el torneo Women Star Voleibol 2006 celebrado en la Arena Monterrey, Nuevo León, México y los realizados en el Mundial femenil de Voleibol de Sapporo, Japón, 2006.

Cada año se realiza en México un Torneo Nacional de Voleibol de sala con diferentes categorías teniendo como sede distintas ciudades del país, de este torneo se desprenden los representativos nacionales para competencias internacionales. Actualmente para participar en este torneo solo se necesita cubrir las cuotas de inscripción y viáticos, ya no existe un sistema de eliminación, como lo era 20 años atras.

Si hablamos de los medios impresos es preciso mencionar que de los eventos amateur o de exhibición que llegan a realizarse, se imprimen solo un número reducido de carteles locales carentes de diseño,(Fig. 1.21) pues se percibe un limitado sentido de la comunicación gráfica por no contar con una estructuración visual de los elementos formales, no se considera en la composición el contraste de color, forma y tamaño, no existe un adecuado manejo de la tipografía que da como resultado una dificil lectura del mensaje además de mostrar en este caso fotografías de jugadores extranjeros que aparte de crear una confusión de la idea se muestran de manera poco atractiva o común en el mejor de los casos. También hay anuncios que no son realizados en serie, como cartulinas rotuladas y/o anuncios en papel bond fotocopiados, que son pegados en la periferia del gimnasio donde se efectuara el o los encuentros de voleibol de sala.

FIGURA 2.21
(M.C.M.) 2007

EJEMPLO DE CARTEL PARA DIFUSIÓN DE LIGA AMATEUR DE VOLEIBOL DE SALA EN EL D.F.

Aun teniendo la FMVB una pagina de Internet con información completa y actualizada, este medio no termina de ser incluyente por lo tanto no funciona como medio de difusión total, pues solo visitarán el sitio aquellos que son adeptos al voleibol de sala, siempre y cuando cuenten con el conocimiento y los medios.

"Según la fuente NOTIMEX el viernes 27 de febrero de 2004 se llevó a cabo la presentación de la Liga Profesional de Voleibol de México la cual se jugará en la rama varonil como en la femenil. Para la primera temporada esta contemplado la participación de un mínimo de 8 equipos. Iniciara para el 5 de junio de 2004 la liga varonil en tanto que la femenil será hasta el 21 de agosto. Señalaron que hasta el momento ya se tienen las inscripciones de los equipos del ITESM-Jalisco; ITESM-Estado de México; ITESM-Monterrey; Ola Roja del D.F.; Universidad La Salle del Bajío; Universidad Anáhuac; Ejército y Monarcas de Zitacuaro. Para la rama femenil se tienen registradas a las sextetas de la UNAM; ITESM-Jalisco; ITESM-Estado de México y la Universidad Anáhuac, recalcando que hay interés de más instituciones por inscribirse…"[24]. Hasta el momento se han jugado dos torneos, la final del segundo se jugó en el gimnasio Juan de la Barrera en el D.F. a fines de noviembre del 2007, la difusión de la misma fue casi nula.

Con todo lo anteriormente mencionado es triste ver el pobre papel que han tenido los medios masivos de comunicación en la historia y desarrollo del voleibol de sala en México.

Se puede decir que el nivel de Juego con mayor calidad se encuentra al norte y centro de nuestro país, sobre todo en los estados de Baja California Sur y Norte, Sonora, Coahuila, Chihuahua, Durango, Nuevo León, Jalisco, Colima, Michoacán, Aguascalientes, Morelos, Estado de México, D.F., Puebla y Veracruz. Las instituciones que logran destacar como dignos representantes del voleibol en el país son la UNAM, universidades privadas como es el caso del ITESM en diferentes campus, La Salle y Anáhuac, las universidades públicas de los estados antes mencionados, el IMSS, y el Ejército nacional.

2.5 SITUACIÓN DEL VOLEIBOL DE SALA EN EL D.F.

En el D.F. existen varios centros deportivos que cuentan con instalaciones adecuadas para la practica del voleibol de sala, entendiendo como adecuadas las canchas cerradas, con piso de duela, iluminación y techo, algunas de tradición "volibolera". También se cuenta con gimnasios apropiados en diferentes escuelas públicas como lo son la Preparatoria número 5 de la UNAM, la Escuela Vocacional No. 7 del Politécnico; en escuelas privadas esta la Universidad Anahuac, ITESM y en centros penitenciarios como es el caso del Penal de Santa Marta, por citar algunos.

No en todos los centros deportivos del D.F. que cuentan con duela se practica Voleibol de sala y donde sí son ocupados en el menor de los casos por una liga amateur, en algunos se efectúan torneos cortos y en otros solamente se realizan partidos esporádicos comúnmente llamados "cáscaras".

Es necesario hacer un paréntesis para señalar que la forma más común de practicar el voleibol se da precisamente en los denominados juegos de tercias y parejas, esto es 3 vs 3 ó 2 vs 2 puede ser varonil, femenil o mixto, donde es permitido contar con

24 NOTIMEX, Ciudad de México, feb. 27, 2004

un bote de balón en cualquier lado de la cancha sin omitir el resto de las reglas ya señaladas. Su práctica más común se daba en los Colegios de Ciencias y Humanidades y preparatorias de la UNAM, desafortunadamente las canchas al aire libre de estas escuelas han sido invadidas en la mayoría de los casos por la práctica del futbol.

FIGURA 2.22
(M.C.M.) 2008

PARTIDO DE VOLEIBOL DE SALA EN EL DEPORTIVO OCEANIA, CIUDAD DE MÉXICO.

El voleibol de sala en el D.F. cuenta con un núcleo pequeño de aficionados que hacen la vez de jugadores, al grado que en un torneo en una ciudad fuera de la capital se encuentran participando regularmente los mismos equipos que compiten de forma amateur en el Dvo. Oceanía, Los Galeana, Xochimilco, etc. con el agregado equipo de la ciudad anfitriona. Los lugares en donde se practica voleibol de sala en el D.F. que cuentan con una liga y nivel de competencia aceptable son pocos, entre ellos están el Dvo. Oceanía, El plan sexenal, Dvo. Xochimilco, Dvo. Eduardo Molina, Dvo. Reynosa, Dvo. Eduardo Mújica, Anexo de la Alberca Olímpica, El club Alemán y Prepa 5, la mayoría incluyendo rama varonil y femenil. Curiosamente en el D.F. la rama varonil es la que destaca, por lo que no figuran mujeres del D.F. en la selección de voleibol femenil que como representativo ha destacado más que la selección varonil, sería tema de otra investigación el porque si existe buen nivel de voleibol en el D.F. y concentrándose en la capital el centro de entrenamiento son pocos los seleccionados capitalinos que tienen el nivel de selección. Sin embargo los equipos a mencionar más destacados en el D.F. a nivel amateur son: Ejercito, Rebeldes, Poli, Pumas, IMSS, Guardias Presidenciales y CONADE.

Por último es importante señalar que no existe difusión gráfica a través de carteles o volantes para invitar a diferentes torneos ráfaga de voleibol de sala que se realizan en la capital y su zona conurbada, para enterarse de estos es por medio del lenguaje hablado, por ejemplo, si un jugador del Dvo. Oceanía se entera que próximamente se llevará a cabo un torneo en Ayotla, Edo. Mex., invitará a los equipos que juegan en su liga y si en esos equipos existen jugadores que juegan en otra liga además de la del Dvo. Oceanía hará lo mismo con sus compañeros de esa liga, así el día del evento se presentarán regularmente un máximo de 10 equipos.

2.5.1 SITUACIÓN DEL VOLEIBOL DE SALA EN EL DVO. LEANDRO VALLE

FIGURA 2.23
(M.C.M.) 2008

GIMNASIO DEL DVO. LEANDRO VALLE, DEL D.F., DONDE SE PRACTICA EL VOLEIBOL DE SALA

El Centro Social Cultural y Deportivo Leandro Valle se inauguró en 1969, en ese año la fiebre de las olimpiadas acababa de pasar y la respuesta de la gente a las diversas actividades impartidas en éste centro era más que buena. El voleibol de sala no fue la excepción, pues su gimnasio recibió a grandes jugadores que en su momento fueron seleccionados nacionales, surgieron grandes maestros, se generaron gran cantidad de adeptos que por diversas razones no llegaron a destacar, existía una liga de voleibol, desafortunadamente la situación del balón-bolea en el gimnasio fue de mas a menos, a finales de los años 80´s ya no existía liga y ya no se entrenaban los grandes jugadores y promesas de este deporte.[25]

Actualmente el espacio del gimnasio del deportivo Leandro Valle ha conservado un lugar para el entrenamiento del voleibol de sala, en la Delegación Iztacalco, de los 21 Centros Sociales y Deportivos solo uno cuenta con cancha de voleibol techada, alumbrada, y con piso de duela apta para la práctica de éste deporte fantástico, y es el Dvo. Leandro Valle, sus 4 horas que brinda a la comunidad del voleibol de sala son más que suficiente para mantener ejercitado a los ciudadanos que así lo deseen y también son suficientes para poder generar deportistas de alto rendimiento en éste deporte. Es por lo tanto un espacio desperdiciado pues su número de inscritos actualmente (AGOSTO DEL 2008) asciende a 6 personas,10 más, por concepto de invitación del profesor de voleibol, que van esporádicamete, en total están practicando en promedio grupos de 15 personas por clase, de las cuales un 60% son hombres de entre los 20 y los 60 años de edad, 30% mujeres entre los 20 y los 45 años de edad y un 10% niños varones que van de los 14 a los 17 años de edad. El gimnasio tiene la capacidad, según palabras del profesor Pedro del Valle, para 2 grupos, un femenil y un varonil, de 25 personas cada uno que tengan un rango de edad de16 a los 45 años para mujeres y de 14 a 55 años para hombres.

Es triste mencionar que este deporte tan espectacular y sano tenga una demanda pobre para su práctica, el lugar que ocupa en el Dvo. Leandro Valle, en cuanto a practicantes se refiere, esta dentro de los 5 más bajos de 31 actividades que se imparten, es una de las actividades que por su número de inscritos no es autosuficiente para hacer uso de materiales aportados por el deportivo (balones y red), es decir, por lo poco que se paga ($85.00 pesos mensuales) y el número de inscritos que tiene no genera el capital suficiente para sustentar por lo menos el recibo de luz correspondiente a las 4 hrs. semanales. Para darnos una idea de lo desperdiciado que puede estar el espacio

25 Prof. Pedro Del Valle, Dvo. Leandro Valle, D.F. Moisés Carranza Mtz. Febrero-2007

para la práctica del voleibol de sala en el Dvo. Leandro Valle es necesario mencionar que los gastos por el uso de agua y luz de todo el complejo ascienden a más de $200,000.00 pesos mensuales, que aunque sustentados la gran mayoría por el presupuesto anual asignado por la delegación para este centro, existen otras actividades como la natación que cuenta entre sus inscritos con más de 1000 alumnos con un costo de $150.00 pesos mensuales para 8 horas de práctica al mes (la mitad de tiempo que tiene el voleibol de sala) y que por lo mismo goza de mas calidad en su haber.[26]

Mientras no exista una difusión adecuada del voleibol de sala en el Dvo. Leandro Valle se corre el riesgo de llegar a desaparecer esta actividad y por lo tanto la oportunidad de generar deportistas y gente sana por medio de clases y torneos que le den un lugar digno a éste deporte. Por más y mejores instalaciones que se tengan, de los 21 centros sociales y deportivos de la delegación Iztacalco ya no habrá uno donde se practique el voleibol de sala.

FIGURA 2.24
(M.C.M.) 2008

PRÁCTICA DE VOLEIBOL DE SALA EN EL GIMNASIO DEL DVO. LEANDRO VALLE, DEL D.F.

26 Carlos Fonseca Romero, Dvo. Leandro Valle, D.F. Moisés Carranza Mtz. Marzo-2008

CAMPEONATOS DE ESPAÑA
EN EDAD ESCOLAR
POR SELECCIONES
AUTONÓMICAS
2006
BRASILEIRO UNIVERSITÁRIO DE
VOLEIBOL
VOLEIBOL.... ¿MODA O DEPORTE?
deporte en el co
VOLEIBO
II Torneo Cuadras Mistas
ROCKÓDROMO
28 - 30 MAYO
PREOLÍMP
VOLEI
¡Vive el
Espectácu
"Así ganamos la FINAL FOUR Toronto 2004"
CSV
CAPÍTULO III
EL CARTEL
WORLD
LEAGUE
FIVB
VOLLEYBALL
CAMPEONATO NACIONAL DE
VOLEIBOL
CANCUN 20
DEL 08 AL 13

3.1 BREVE HISTORIA DEL CARTEL

Para poder tener una idea mas objetiva sobre la historia del cartel debemos plasmar de manera clara la definición de éste. Entonces diremos que el cartel es un pliego de papel, plástico u otro material, de gran formato, impreso con anuncios o avisos, pueden o no ser elaborados en serie, y son realizados para exhibirse al público. Sirven para comunicar mensajes específicos, normalmente tienen fines comerciales (anuncian productos, servicios y acontecimientos) pero también pueden ser de carácter social e ideológico y servir como instrumento de propaganda. Usualmente se componen de una imagen, un texto breve y un gráfico distintivo (marca, logotipo, escudo, etc.)

Teniendo una visión general del cartel es más sencillo abordar su historia. Comenzaremos recordando que el ser humano desde su origen no ha dejado de evolucionar y desde siempre ha tenido la necesidad de comunicación, esta se desarrolla conforme a las exigencias y aptitudes de los afectados. Así, encontramos muchas manifestaciones gráficas anteriores al cartel las cuales pueden considerarse como precarteles, debido a que hay división de opiniones respecto a cuál fue el primer cartel del mundo. Dicho lo anterior encontramos al Código de Hammurabi (1780 a.C.) considerado como una de las primeras manifestaciones del precartel, ya que su creación cubría la necesidad de comunicación pública porque es una compilación de leyes y edictos auspiciados por el rey de Babilonia, el bajo relieve de la piedra basáltica de 2m de altura representa en su parte superior a Hammurabi recibiendo del dios Sol Shamass un báculo y un anillo que simbolizan el poder para administrar justicia, en la parte inferior aparecen columnas de escritura cuneiforme compuestas por una serie de enmiendas referentes al derecho común de Babilonia.[1]

FIGURA 3.1
ENCARTA 2005,
Microsoft Corporation,
disco compacto. 2007

ESTELA DE HAMMURABI

En la Grecia clásica (siglo V a.C.) las leyes eran expuestas al público, se mostraban grabadas con dibujos y escritura sobre piedras. También se usó el emblema, para anunciar ya sea con la figura de una cabra algunas lecherías o las tabernas con la representación en mosaicos del dios Dionisio. En el imperio romano aparecen anunciadas las representaciones teatrales mediante dibujos sobre muros blancos ubicados cerca del foro.[2]

En el siglo XV con la invención de la imprenta se da un paso más en la evolución del cartel, pues se logran plasmar de forma serial los mensajes en una superficie que fue motor para esta técnica nueva; el papel. Recordando que desde el año 105 en China es inventado

1 MÜLLER-BROCKMAN, Josef. Historia de la comunicación visual.
GGDiseño, Barcelona, España.1998 p. 66
2 TUBAU, Iván. Dibujando carteles, creación y realización de carteles publicitarios.
Ediciones CEAC, Barcelona, España. 7ª. Edición, 1991 p. 33

el papel, no es hasta 1150 que los árabes lo introducen a Europa, llegando primeramente a España. Es en el viejo continente donde después de tres siglos de aceptación y demanda de éste material se inventa la imprenta, concretamente en el año de 1450, en Maguncia, Alemania, por Johann Gutemberg. El primer anuncio impreso con elementos pertenecientes al cartel se da en Inglaterra en 1477 por William Caxton (1422-1491), estos tenían un tamaño carta, quien además es el primer impresor ingles, no obstante su obra abarca totalmente el ámbito literario.[3]

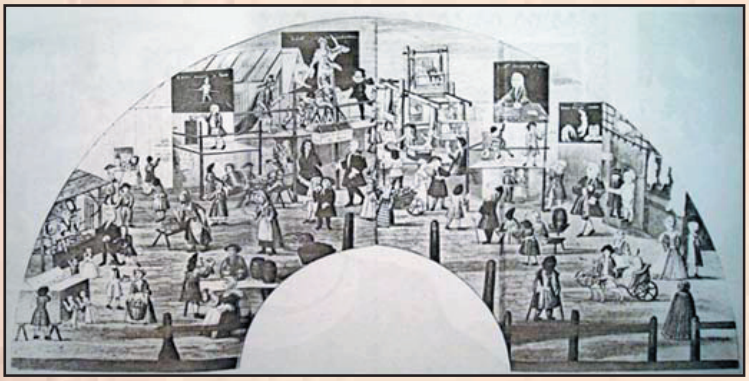
FIGURA 3.2
TUBAU, *op. cit.,* p. 35

EL MAS ANTIGUO CARTEL QUE SE CONOCE, ENTERAMENTE MANUSCRITO

Según Tubau (1991: 34) "el primer cartel impreso e ilustrado que se conoce (y cuya reproducción le ofrecemos) es francés: fue hecho en 1482, y anunciaba ***El gran perdón de nuestra señora*** de París".[4]

En el siglo XVI y XVII los carteles solo reproducían un texto, regularmente extenso y de carácter informativo, proclamaban edictos reales, decretos, anunciaban ferias, mercados, en algunos casos libros, no se tomaba todavía en cuenta la legibilidad del texto a distancia y muy pocas veces estaban ilustrados.

FIGURA 3.3
BARNICOAT, *op. cit.,* pp. 16-17



FERIA DE BARTOLOME, LONDRES, 1721. LOS CARTELES TRADICIONALES Y SU DESPLIEGUE PRELUDIAN EL TABLON DE ANUNCIOS

En el siglo XVIII comienzan aparecer mas carteles ilustrados anunciando sobre todo eventos como ferias y exhibiciones de animales exóticos, los gobiernos usaban esta herramienta para invitar al alistamiento militar con imágenes de soldados vistiendo elegantes uniformes. Debido a que estos carteles eran dibujados en blanco y negro, de estilo naturalista, con frecuencia melodramáticos, desde el punto de vista artístico eran irrelevantes.[5]

A finales del siglo XVIII una nueva técnica se suma para lograr la evolución del cartel y con esta poder alcanzar un alto nivel artístico; **la litografía**, descubierta por el alemán Aloys Senefelder en 1796. Es en el siglo XIX donde se vive el gran auge del cartel, no solo por la aparición de la litografía, también por el nacimiento de la industria a gran escala que comienza a demandar medios de comunicación masiva, siendo los ferrocarriles, los fabricantes de corsés, las tiendas departamentales y un poco mas tarde los teatros, los principales usuarios del cartel. En un principio los carteles elaborados mediante la nueva técnica carecían de imaginación, conservando en la ilustración una tendencia realista y la supremacía del texto en la composición.[6]

3 BARNICOAT, John. Los carteles, su historia y su lenguaje. Gustavo Gili S.A. de C.V., Barcelona, España, p. 8
4 TUBAU, *op. cit.,* p. 34
5 MÜLLER-BROCKMAN, *op. cit.,* pp. 66,67
6 PROENZA SEGURA, Rafael. Diccionario de publicidad y diseño gráfico. 3R Editores, Colombia. 1ª. Edición. 1999, p.69

En los últimos años del siglo XIX, también en Europa, es donde comienza la etapa de mayor valor artístico del cartel, la participación de diversos pintores destacados de la época como el francés Eduard Manet (1832-1883) que nos muestra en su única obra de este género, *Champfleury-Les Chats* (1868), un diseño nuevo, sobrio, cuya composición la memoria retiene con facilidad porque consta exclusivamente de formas planas, será después característica esencial del cartel. Surge, por lo tanto, un camino alterno para aquellos artistas necesitados de espacio para exhibir su arte; las calles, encontrando en el cartel la oportunidad de darse a conocer masivamente a través de su obra impresa. Aquí es donde comienza esa ***unión-separación*** del cartel con el arte, puesto que ahora la obra de los artistas expresa no solo la visión del realizador sino también comunica mensajes publicitarios o de propaganda, hace del cartel una forma secundaria de arte. Y se une al arte por su estrecha relación con las tendencias artísticas, sobre todo en la pintura, para generar composiciones con características inherentes al estilo propio del lugar y época.

FIGURA 3.4
BARNICOAT, *op. cit.,* p. 9

EDOUARD MANET,
Champfleury-Les Chats, 1868

El ejemplo más objetivo de la relación arte-cartel nos lo da el francés Jules Chéret (1836-1932) realizando en 1867 su primer cartel en el que anunciaba una representación teatral de la actriz Sarah Bernhardt. La mayoría de los autores coinciden en reconocer a Chéret como el *parte aguas* en la historia del cartel, fue el primero en aplicar más concienzudamente los procedimientos cromolitográficos, hizo destacar totalmente la ilustración y redujo el texto al mínimo dejando para éste una función meramente explicativa. Además reemplazó las imágenes realistas por figuras idealizadas exaltando su belleza, vitalidad y movimiento, evitó los detalles superfluos concentrándose en el motivo central atacando con un tratamiento picaresco a la forma haciéndola destacar por medio de fondos con colores pastel, sus carteles frívolos, ligeros, crearon toda una época. Se especializó en temas teatrales, diseñó más de 1000 carteles y fue el primero que introdujo en París el gran formato, muestra en su obra la influencia de Giovanni Batista Tiepolo, pintor italiano del siglo XVIII y en la técnica del dibujo cierta similitud con los pintores galos Fragonard y Watteau

FIGURA 3.5
ENCARTA 2005,
op. cit., 2007.

JULES CHÊRET, La Diaphane,
Francia 1890.
Cartel diseñado para la marca de polvos faciales La Diaphane.

FIGURA 3.6
ENCARTA 2005, *op. cit.,* 2007.

HENRI MARIE RAYMOND DE TOULOUSE-LAUTREC
Reine de Joie, 1892

FIGURA 3.7
MÜLLER-BROCKMAN, *op. cit.,* p. 69

PIERRE BONNARD
La Revue blanche, París, 1894

destacados exponentes del rococó. Para Chéret sus carteles no eran una buena forma de publicidad, los consideraba excelentes murales, tal vez por eso ha llegado a ocupar el primer lugar en la historia de este medio, porque no es que en ellos se encuentre una representación maestra del arte publicitario a los ojos de los comunicólogos hoy día, y pese que en su época sus creaciones fueron relegadas a una forma secundaria de arte, en la actualidad sus obras son consideradas verdaderas piezas de arte. Su intromisión en un campo nuevo, demandante de comunicación masiva, dieron lugar a un arte del cartel resultando comprensible también a los analfabetas, creó una época atrayendo a numerosos artistas conocidos a esta nuevo género y fue imitado en Europa y América.

En la década de 1890 el cartel alcanza su punto culminante con las innovaciones introducidas a este medio por artistas de la época como los franceses Pierre Bonard y Henri Toulouse-Lautrec. Es importante subrayar las aportaciones hechas al cartel por parte de Lautrec (1864-1901), en sus 31 carteles producidos en toda su vida, elimina las figuras líricas del fondo utilizadas en los estilos precedentes y las sustituye por extensas zonas de colores planos, técnica que copió de los pintores japoneses, además les imprime su sello personal al cambiar las figuras idealizadas por personajes más naturales, sutilmente estilizados y casi caricaturescos. Ayuda a establecer el carácter directo del cartel como forma artística, ningún otro artista contemporáneo manejo tan acertadamente la unidad de texto-imagen. Sus carteles llegaron adquirir un carácter normativo, pues además de considerar el manejo de elementos con una fácil lectura visual, en ellos encontramos una composición que supera las realizaciones de Chéret, él nunca quiso convertir el cartel en un cuadro. Se aprecia fácilmente en los diseños de Lautrec esa regla de oro en la elaboración de un cartel que dice “la forma debe seguir al contenido”.[7]

Pierre Bonard (1867-1947) hace una importante innovación que influirá el estilo del cartel en el siglo XX, utiliza en una de sus creaciones para el periódico *La Revue Blanche* en 1894 el texto como parte integral de la ilustración, entrelazando las letras con el dibujo y usando de fondo pequeñas palabras.[8]

FIGURA 3.8
ENCARTA 2005, *op. cit.,* 2007.

RAMON CASAS
Anís del mono, 1898

Artistas representantes del Art Nouveau introdujeron un estilo alterno al de Lautrec en la elaboración de carteles enriqueciéndolo con sus propias aportaciones, utilizando en su composición figuras exóticas y estilizadas a través de líneas fluidas y elegantes formas alargadas. Es el estilo moderno más característico de cambio de siglo, hizo de la fantasía una propiedad en el diseño de carteles, sus creaciones muestran una similitud de composición con los grabados japoneses especialmente en las versiones parisinas. Sus principales exponentes fueron el inglés Aubrey Beardsley, el checoslovaco Alphonse Mucha, el belga Henri Clemens Van de Velde, el norteamericano Will Bradley y el español Ramón Casas, por mencionar algunos. Dentro de

7 *Cfr*: BARNICOAT, John. Los carteles, su historia y su lenguaje, pp. 7-12, 26; MÜLLER-BROCKMAN, Josef. Historia de la comunicación visual, p. 67; PROENZA SEGURA, Rafael. Diccionario de publicidad y diseño gráfico, p.69; TUBAU, Iván. Dibujando carteles, creación y realización de carteles publicitarios, p.34

esa amalgama entre el arte y el cartel el Art Nouveau contribuye al enriquecimiento de la comunicación masiva, ahora no solo es el artista quien genera un cartel, como es el caso de Chéret y Lautrec, es también un estilo de arte que empapa con su tendencia los diseños de carteles, las realizaciones de aquella época imprimen en su conjunto un modo en cierto sentido nunca superado. Se establecen principios nuevos en el manejo de las formas que sirven de ejemplo e inspiraciones a generaciones de artistas y diseñadores venideros.[9]

El artista belga Henri Clemens Van de Velde (1863-1957) con su cartel para los productos alimenticios *Tropon* (1897) marcó un hito al ser el primero en eliminar totalmente la figura humana y sustituirla por formas abstractas. Este, su único cartel, sigue siendo un ejemplo clave del Art Nouveau en cualquiera de sus vertientes.[10]

Hablando de innovaciones en la realización de carteles es justo mencionar a aquellos que utilizaron por vez primera en sus mensajes gráficos solo objetos, obteniendo resultados verdaderamente artísticos. En Alemania, Ludwig Hohlwein, Lucian Bernhard, Hans Rudi Erdt, Julius Klinger, Fritz Helmut Ehmcke y Meter Behrens desarrollaron a través del manejo contrastante de la superficie un estilo diferente de gran aportación como precursores del cartel de objetos. Sus carteles muestran combinaciones de textos e imágenes casi todas modélicas, planos extensos con coloración sutil y una composición económica mostrando solo el producto y la marca, como es el caso del cartel *Stiller* 1907-1908 ejecutado por Lucian Bernhard.[11]

Otro punto importante en la historia del cartel, que empieza a definir las generaciones de realizadores futuras, es su transición hacia el mundo del diseño. La obra de Alphonse Mucha es la que comienza a dar signos de esta metamorfosis, porque debido a la gran demanda que tiene, sus carteles posteriores a 1897 ofrecen una técnica menos brillante gracias a que son elaborados por ayudantes, se comienza a instaurar un proceso de industrialización creciente que exige acortar tiempos en la producción de

FIGURA 3.9
ENCARTA 2005,*op. cit.,* 2007.

YUMEJI TAKEHISA
Cartel japonés de 1931

FIGURA 3.10
MÜLLER-BROCKMAN, *op. cit.,* p. 73

AUBREY BEARDSLEY
Cartel para libros, Londres, 1895

FIGURA 3.11
BARNICOAT,
op. cit., p. 62

HENRY VAN DE VELDE
Tropon, 1897

FIGURA 3.12
BARNICOAT,
op. cit., p. 117

LUCIAN BERNHARD
Stiller, 1907-1908

8 PROENZA, *op. cit.*, p.70
9 BARNICOAT, *op. cit.*, pp. 29-38
10 PROENZA, *op. cit.*, p.69
11 MÜLLER-BROCKMAN, *op. cit.,* p. 72

FIGURA 3.13
ULMER, Renate. Alfons Mucha. Taschen. Portugal, 1994. p. 41

ALPHONSE MUCHA
Papier Job, 1898

FIGURA 3.14
BARNICOAT, *op. cit.,* p. 52

ANONIMO, (POSIBLEMENTE DE MARCEL LENOIR)
Salón de La Rose + Croix, 1897

FIGURA 3.15
BARNICOAT, *op. cit.,* p. 60

JOSEF SATTLER, Pan, 1895

FIGURA 3.16
ENCARTA 2005, *op. cit.,* 2007

JAMES MONTGOMERY FLAGG
I Want You, 1917

carteles y Mucha se rodea no solo de trabajadores que él mismo supervisa, también se auxilia de la fotografía para reproducir posturas de sus modelos, introduciendo con lo anterior la duradera práctica de trabajar a partir de fotos. Así, la realización de carteles deja poco a poco de ser exclusividad de los artistas.[12]

Paralelo al movimiento Art Nouveau surgen creaciones artísticas que empapan al cartel con elementos de contenido iconográfico, utilizando las retorcidas configuraciones lineales y los contornos fluidos de éste para describir tanto lo profano como lo sagrado, el ocultismo y la mitología. A esta vertiente se le conoció como Simbolismo, iconos como la Esfinge, Pan, Medusa, etc., son temas recurrentes para el desarrollo de pinturas, carteles y la poesía, la obra *Pan* (1895) de Josef Sattler, *Mérodak* (1891) de Marcel Lenoir (posiblemente) y *Salon de la Rose + Croix* (1896) de Armand Point y Leonard Sarluis son ejemplos claros de esta tendencia que logra tratar simultáneamente el pasado y el presente o diferentes aspectos de un mismo tema.[13]

Para la segunda década del siglo XX el cartel experimenta un cambio radical debido al estallido de la Primera Guerra Mundial, la manipulación de las masas por éste medio se acentúa con la creación de carteles como instrumento de propaganda, se manifiestan composiciones artísticamente pobres en comparación con los estilos anteriores pero gozan de un mensaje contundente, resultando ser bastante prácticos para los intereses políticos. Así, los Estados Unidos de Norteamérica dan ejemplo de uno de los carteles más famosos; *I want you*, 1917, de James Montgomery Flagg (1877-1960), que mostraba al Tío Sam apuntando hacia el lector sobre el imperativo textual I WANT YOU, a manera de apunte es necesidad señalar que antes, en 1914, el británico Alfred Leete realizó el cartel YOUR COUNTRY NEEDS YOU cuyo protagonista era Lord Kitchener apuntando con el dedo

12 BARNICOAT, *op. cit.*, pp. 36-38
13 BARNICOAT, *op. cit.*, pp. 56

indice al transeúnte y con mirada grave solicitaba su alistamiento. La Revolución Soviética de 1917 continuó desarrollando el cartel político como medio de agitación de masas en los espacios públicos, en una primera fase, apareció fuertemente impregnado de las experiencias del vanguardismo gráfico derivadas del Futurismo, del Suprematismo y del Constructivismo, desarrollando una forma de agitación de la composición, marcada por las diagonales, y colores primarios. Lenin y sus seguidores demostraron ser los dueños de la propaganda moderna, y el cartel se convirtió en arma vital que sería utilizada a través del siglo en guerras calientes y frías por todas partes.[14]

FIGURA 3.17
ENCARTA 2005, *op. cit.,* 2007

GUSTAV KLUCIS, 1930

En la segunda y tercera década del siglo XX los carteles manifestaron numerosas influencias artísticas como el cubismo, surrealismo, dadaísmo y el Art Déco, entre otras. Entre los artistas del género se encontraban los franceses Cassandre (nombre profesional de Adolphe Mouron, 1901-1968) y Jean Carlu, y el estadounidense E. McKnight Kauffer. Las obras más conocidas se deben al primero de ellos, quien, en sus anuncios de los ferrocarriles franceses, en estilo Art Déco, como el del Nord Express (1927), representa los trenes y las vías con un elegante estilo geométrico, semiabstracto.[15]

Durante esos años los artistas no comerciales más destacados estuvieron en Alemania y Rusia, como los dadaístas John Heartfield, George Groz y el ruso El Lissitzky, ellos fueron los primeros en la aplicación de montajes fotográficos en sus diseños.[16]

FIGURA 3.18
BARNICOAT,
op. cit., p. 172

JHON HEARTFIELD
Por la crísis del congreso del S.P.D. (Fotomontaje), 1830

El Constructivismo ruso tiene un cierto impacto en el diseño occidental y se manifiesta sobre todo en la escuela Bauhaus, surgida en Weimar, Alemania, en 1919, fue la pionera en crear nuevas formas de arte gráfico, integrando el texto del cartel en la ilustración y utilizando, en algunos casos, las palabras o las letras para componer todo el cartel, llegando incluso a dominar completamente esta técnica. La obra del artista estadounidense, austriaco de nacimiento, Herbert Bayer situó el dibujo gráfico de carteles en un nivel de refinamiento no igualado hasta la década de 1960.[17]

Los años veinte manifestaron una verdadera transición para el cartel, que pasó de ser una actividad propia de los pintores a ser obra de los nuevos diseñadores gráficos, unos profesionales

15 ENCARTA 2005,*op. cit.,* 2007.
16 PROENZA, *op. cit.*, p.70
17 ENCARTA 2005,*op. cit.,* 2007.

FIGURA 3.19
BARNICOAT, *op. cit.,* p. 72

JOOST SCHMIDT, Cartel para la exposición Bauhaus, 1923

surgidos de la experiencia racionalista de la Bauhaus alemana en el campo de las artes aplicadas. Los diseñadores gráficos eran técnicos de la forma y del color en las artes icónicas aplicadas, que concebían su actividad como inseparable de los procedimientos técnicos de impresión, de manera que el cartel dejaba de considerarse un producto artístico para convertirse en un medio técnico comunicativo.[18]

La actividad del cartel se enriqueció, además, con las aportaciones a la psicología de la percepción por parte de la escuela de la Gestalt, con la exploración de los símbolos del subconsciente por parte del psicoanálisis de Freud y con la emergencia en Estados Unidos de la mass communication research, disciplina orientada al estudio de los efectos de las comunicaciones de masas sobre sus audiencias. De este modo, el cartel escapó del campo tradicionalista de las Bellas Artes, generado por un acto de inspiración individual, para convertirse en un calculado medio de comunicación social eficaz.

Los estudios de marketing, estimulados por el subconsumo durante la Depresión de los años treinta, añadieron sus hallazgos a la configuración del cartel, para actuar sobre los hábitos de los ciudadanos. El cartel seria a partir de entonces un producto desarrollado por especialistas gráficos conocedores de las emociones contemporáneas, orientado racionalmente hacia la persuasión social y favorecido por las nuevas técnicas de reproducción fotomecánica de imágenes, que ampliaban sus posibilidades expresivas.

Introducido en la cada vez más desarrollada industria publicitaria, el cartel se convirtió en un instrumento de marketing, para propiciar conductas consumistas o hábitos de comportamiento por parte del público, y la secuencia de su origen pasaría a ser la siguiente: Anunciante (o cliente)=>Agencia de publicidad (cuyos expertos estudian las necesidades del cliente)=>Diseñador gráfico (quien ejecuta el encargo de la agencia)=>Imprenta (que convierte la propuesta del diseñador en un mensaje impreso y seriado).

FIGURA 3.20
ENCARTA 2005, *op. cit.,* 2007

JOSEP RENAU, Cartel de la Guerra Civil Española

El estilo del cartel soviético influyó profundamente en el practicado por el bando republicano durante la Guerra Civil española, en donde surgió un "realismo expresivo" que amalgamó lo mejor de la composición rusa, sin ignorar las lecciones y la técnica del cartel cinematográfico que surge a partir del éxito del cine mudo y, después de 1929, por el cine sonoro, y sobre el fondo de la gran tradición realista que arranca de la pintura española del siglo XVII. En el

18 BARNICOAT, *op. cit.*, pp. 73, 74

ámbito de la propaganda política, la voluntad espectacular fue patente en las figuras pintadas de gran tamaño (gigantografías) que aparecieron asociadas funcionalmente a las exigencias del culto a la personalidad de diversos líderes como Mussolini, Hitler, Stalin, Franco, Mao Tse-Tung.

Durante la Segunda Guerra Mundial, la función propagandística de la radio y del cine fueron muy superiores a la del cartel, en contraste con lo que había sucedido entre 1914 y 1918. Aun contando con un sistema nuevo de impresión, el offset que permitía grandes y rápidas tiradas, el cartel tuvo que compartir el trabajo con los otros medios, sin embargo, dentro de los pocos carteles desarrollados aparecen contundentes diseños de propaganda, a menudo realizados por importantes artistas como Ben Shahn. El posterior desarrollo de la televisión comercial, convertida en el mayor canal publicitario de la sociedad de consumo, contribuiría a acelerar el declive del cartel clásico. Pasada la Segunda Guerra Mundial, el cartel recupera parte del refinamiento de sus primeras épocas y atrajo a grandes pintores como Picasso, Dalí, Matisse y Lichtenstein.[19]

En la segunda mitad del siglo XX, específicamente en los años sesenta, el publicó desarrolló el hábito de ver sin leer, incluso de oír sin escuchar, capta generalmente los mensajes a través de los sentidos. De este modo, el cartel hippy se utiliza para crear un entorno, constituye en si mismo una manifestación de arte. Este nuevo estilo, debe mucho al Art Nouveau y el simbolismo de principios de siglo, estilísticamente hablando el pasado hace referencia en el presente, resulta más brillante, elaborado y accesible que su predecesor. Muestra ilustraciones confusas que apelan más a los sentidos que a la razón, cosa que puede ser contradictoria tratándose de un medio de comunicación, sus autores desilusionados por el materialismo desarrollan mensajes en busca de cualidades espirituales. Las largas túnicas, melenas, barbas, el unisexo, las drogas, el rock, el amor, la paz, son expresiones tan simbolistas como hippies.

FIGURA 3.21
BARNICOAT,
op. cit., p. 238

XANTI,
Mussolini, 1934

FIGURA 3.22
BARNICOAT,
op. cit., p. 160

SALVADOR DALI,
Rousillon (Ferrocarriles franceses), 1969

FIGURA 3.23
BARNICOAT,
op. cit., p. 66

VICTOR MOSCOSO,
Young Bloods, 1967

19 ROMAN, GUBERN. Medios icónicos de masas. Historia, Madrid, España. 1997. pp. 53-60

FIGURA 3.24
PROENZA, *op. cit.*,p. 72

APLICACIÓN DEL CARTEL EN UNA PARADA DE AUTOBUS

Muchos de estos carteles buscan un atractivo de carácter sensitivo dejando a un lado las actitudes mantenidas en décadas anteriores, cuando el diseñador utilizaba las técnicas para transmitir un mensaje claro y conciso. El cartel hippy goza de efectos amplios gracias al desarrollo de la tipografía y el uso de la litografía en offset.[20]

El señalado declive del cartel tradicional, en la era de la televisión, tuvo su contrapunto en el desarrollo de nuevos formatos, de gran tamaño, idóneos para la sociedad del automóvil. Así cristalizó una división entre anuncios para distancias cortas (trayectorias peatonales, pasillos del metro); anuncios para distancias medias (caminos y locales públicos); y anuncios para grandes distancias (carreteras y autopistas). Para satisfacer esta última necesidad de comunicación nació el anuncio a gran formato, que no es más que un macrocartel de formato panoramizado, destinado a ser contemplado desde un vehículo en movimiento. La distancia de su observación impuso el formato grande (de tres metros por cuatro hasta cuatro metros por doce), aconsejó un contenido simple para favorecer su legibilidad cuando se circula a gran velocidad y estableció su ubicación diagonal en relación con el trayecto del vehículo, para aumentar su tiempo de exposición óptima.

En contraste con esta evolución macroscópica de signo consumista, la explosión política de mayo de 1968 en París condujo a un interesante redescubrimiento y reutilización ideológica y minimalista del cartel, basada en una estética de la pobreza (uso de la bicromía) y la artesanía de su confección (tiradas de sólo quince o veinte ejemplares por hora). Pero la “guerrilla grafica” de los estudiantes insurrectos fue derrotada por la imagen electrónica, pequeña pero extendida, de la televisión controlada por el poder, lo que constituyó una enseñanza política acerca de la jerarquía comunicativa de las imágenes en la era electrónica.

También pueden considerarse como una modalidad técnica derivada de la publicidad del cartel los anuncios luminosos, electrografías que constituyen de hecho carteles hechos con luz policroma para su contemplación nocturna y, a veces, dotados de movimiento. Se le otorgan, con lo anterior, al cartel más cualidades compositivas con el fin de captar la atención del público y dar a conocer su mensaje, busca aprovechar al máximo los sentidos, lugares y tiempo del receptor.

El ejemplo supremo de despliegue electrográfico se halla en la ciudad de Las Vegas (Nevada, Estados Unidos), para anunciar los casinos y lugares de ocio que se extienden a ambos bordes de su autopista central, atrayendo con sus formas luminosas a los automovilistas. Se ha observado que en la “arquitectura electrográfica”

20 BARNICOAT, *op. cit.*, pp. 56-68

de Las Vegas, los pequeños edificios aparecen como apéndices del espectacular paisaje eléctrico. También en la ciudad de Tokio la arquitectura electrográfica tiene una función muy relevante en su paisaje nocturno.

Llegados a este punto de declive o metamorfosis del cartel tradicional, se constata que las actuales campañas publicitarias multimedia, en las que las mismas imágenes y eslóganes aparecen en el televisor, el periódico y el macrocartel, hacen que este último, hijo del cartel tradicional, haya perdido su anterior especificidad y actúe mas bien como resonadora de la imagen móvil del televisor. En el entorno mediático, los mensajes redundantes sobre diversos soportes se refuerzan mutuamente.

Dentro de este esquema general, el cartel europeo y norteamericano ha fluido por caminos diferentes. El cartel europeo ha sido más permeable a la investigación formal y a las influencias vanguardistas. En contraste con esta corriente europea, en los Estados Unidos se privilegió el realismo fotográfico de las imágenes, en sintonía con el estilo de los ilustradores de las revistas, para incrementar su tasa de verosimilitud documental, favoreciendo el imperio de la denotación sobre el de la connotación. De este modo, la técnica realista del cartel norteamericano consolidó la aplicación de la fotografía en color, de los fotomontajes, del aerógrafo y del sombreado tridimensional, que otorga calidades volumétricas y táctiles a los objetos representados.[21]

El papel y el aspecto del cartel han cambiado continuamente durante el último siglo para resolver las necesidades que demanda la sociedad. Aunque su papel es menos central que hace 100 años, sigue su evolución en los nuevos soportes como, la computadora e Internet, que están revolucionando la manera de comunicarnos en el siglo XXI.

Actualmente los diseñadores de cartel de mayor valor artístico están en Japón, Polonia, Suiza y Estados Unidos de Norteamérica.[22]

FIGURA 3.25
ENCARTA 2005,
op. cit., 2007

APLICACIÓN DEL CARTEL LUMINOSO, Las Vegas

21 ROMAN, *op. cit*., pp. 61-69
22 PROENZA, *op. cit.*, p.70

3.2 TIPOS DE CARTEL

FIGURA 3.26
Best of Graphis Poster.
Page one publishing,
Singapore, 1993, p.14

BÜLENT ERKMEN,
Fashion show poster

La historia relativamente corta del cartel nos ha manifestado las necesidades que ha tenido el ser humano para comunicarse con distintos objetivos, ya sea para informar lo referente a algún evento, para vender productos o servicios, para difundir ideologías, etc., el cartel se hace acreedor a una clasificación en base a sus características,[23] que no son limitantes creativas al momento de su proyección y pueden ser usadas como rutas seguras para obtener los resultados deseados.

Así mismo se han explorado desde los inicios del cartel diversas técnicas gráficas para su composición, siendo precursoras, en algunos casos, de tendencias artísticas o muchas de las veces reflejo de una estética dominante en su momento. Se vale del conocimiento científico y tecnológico en la búsqueda de mejores resultados, creando un espacio propio y muy amplio en el mundo del diseño gráfico, tan amplio que es necesario entender sus vertientes para la elaboración de una digna composición que surja de cualquier necesidad.[24]

FIGURA 3.27
Best of Graphis Poster.
op. cit., p.42

McRAY MAGLEBY,
40 Aniversario del bombazo
en Hiroshima, Japón

Partiendo desde una visión general encontramos que los carteles, dependiendo de su finalidad, se clasifican en dos bloques; informativos y formativos. Aunque ambos están planeados para comunicar, el primero lo hará esperando sobre todo una respuesta de carácter económica del receptor, mientras que el segundo se ocupa principalmente en difundir ideas motivadoras, de buenos hábitos, genera conciencia y previene sucesos. Entonces, dependiendo del fin, el cartel ya sea informativo o formativo puede ser de carácter Publicitario, Propagandístico o Cultural. Estas tres clases principales generan diferentes tipos de cartel que por sus propiedades crean una especialidad en el ramo. Como se puede observar, para entender los tipos de cartel partimos desde un punto de vista global a uno particular.

Los carteles Publicitarios no gozan de un contenido meramente estético ni gratuito, pues su intención es la de dar a conocer productos o servicios e inducir a la adquisición de éstos. No se limitan sólo a enunciar o explicar algo, involucran significados ideales y emotivos asociados al producto para influir en la mente del receptor. Hacen uso de sistemas persuasivos como la orden, la amenaza, la convicción,

23 ENCARTA 2005, *op. cit.,* 2007
24 BARNICOAT, *op. cit.*, p. 7

la sugestión, el juego, la repetición de palabras, la argumentación lógica o técnica y la atracción surrealista. Toman en cuenta la psicología del consumidor y el simbolismo perteneciente al producto para poder vender. Representan una evasión a la realidad subjetiva del observador, ofrecen soluciones a determinados problemas a través del producto o servicio que anuncian. Resultado de una repetición constante inventan normas o modelos de comportamiento. Con todo lo anterior, la composición no esta separada del contenido, pues cuanto más cuidada y bella sea la imagen, más simpatía e identificación puede despertar en el observador. Por su desgaste provocado gracias a la repetición de estímulos, el cartel en general, esta obligado a una constante búsqueda de nuevos grafismos, sobre todo en los de tipo publicitario.[25]

FIGURA 3.28
Best of Graphis Poster.
op. cit., p.41

EJEMPLO DE CARTEL PUBLICITARIO DE TURISMO

Una de las especialidades del cartel publicitario la encontramos en los relacionados al turismo, congresos y ferias. Usualmente en los carteles turísticos aparecerán las fotografías como elemento principal en la composición, con la intención de representar de forma mas clara las características del lugar que promociona, el impacto depende, en gran medida, de la buena integración del texto con la foto. Los carteles referentes a ferias y congresos permiten regularmente más libertad gráfica, con solo proyectar algún detalle que remita a la feria o congreso y lo diferencie de los otros permitirá una rápida identificación.

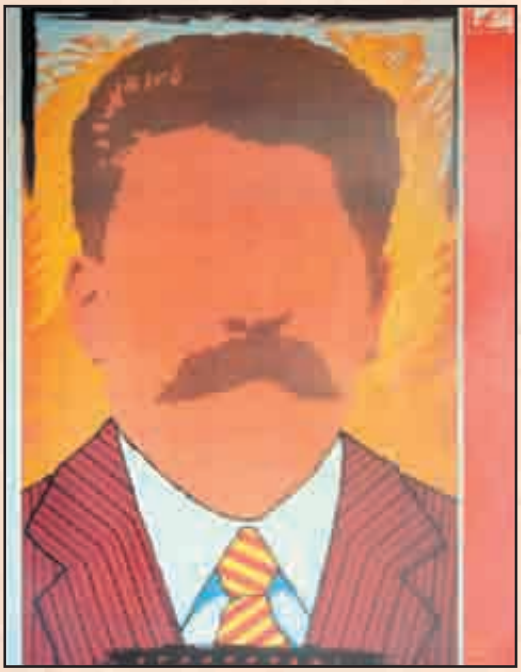
Otra especialidad del cartel publicitario es el de productos, utilizado para dar a conocer y reafirmar artículos, cuentan con gran carga de contenido persuasivo, hacen en la mayoría de veces una necesidad básica de consumo aquello que anuncian. Si son para una marca consolidada en el mercado se debe cuidar el estilo de la imagen global que el producto representa, en ocasiones aceptarán pequeñas modificaciones a la marca que sirvan para actualizarla y diferenciarla de la competencia. Si la intención es anunciar algún producto en general, que no cuenta con una marca que lo identifique, es conveniente no utilizar elementos que remitan a alguna empresa en particular, por ejemplo: si se desea anunciar la calidad de maíz cultivado por los agricultores mexicanos se representara solo el producto, sin envasar o enlatar el maíz y así evitar la confusión del receptor que puede captar el mensaje de forma incorrecta al identificar al producto, a través del embase, con una marca.[26]

FIGURA 3.29
ENCARTA 2005,
op. cit., 2007

EJEMPLO DE CARTEL PUBLICITARIO DE PRODUCTO

25 PROENZA, *op. cit.*, pp.70-73
26 TUBAU, *op. cit.,* pp. 107-109

FIGURA 3.30
Best of Graphis Poster. *op. cit.,* p.37



EJEMPLO DE CARTEL DE PROPAGANDA
V. LEBNOV, Stalinism

La segunda clase de carteles es el llamado de propaganda. Comprende no solamente el de carácter ideológico-político, sino también el de interés público. Motiva sentimientos complejos como esperanza, combatividad, muerte, rivalidad, etc. Es originado por acontecimientos importantes y trascendentes como guerras, elecciones, etc. Como arma de poder y cohesión es muy práctico para los regímenes totalitarios representados por el nazismo, comunismo y socialismo. El cartel de propaganda también educa políticamente a los ciudadanos en cualquier sistema de gobierno. Su contenido debe ser altamente impactante, acompañado de un lema convincente y rápidamente memorizable que logre comprometer al receptor provocando reacciones inmediatas en éste. Se pueden utilizar, como herramientas de elaboración para el cartel de propaganda, los conceptos altamente valorados como la libertad, el honor, la gloria, la patria, que provocan un apego del observador. Si se desea un rechazo del receptor hacia algo en específico, se hará uso de conceptos comúnmente despreciados como la muerte, el deshonor, la injusticia, asociados a personajes o entidades contrarias. También es de uso común, en la búsqueda de mejores resultados, el manejo de personajes con autoridad incuestionable como Dios o un caudillo.[27]

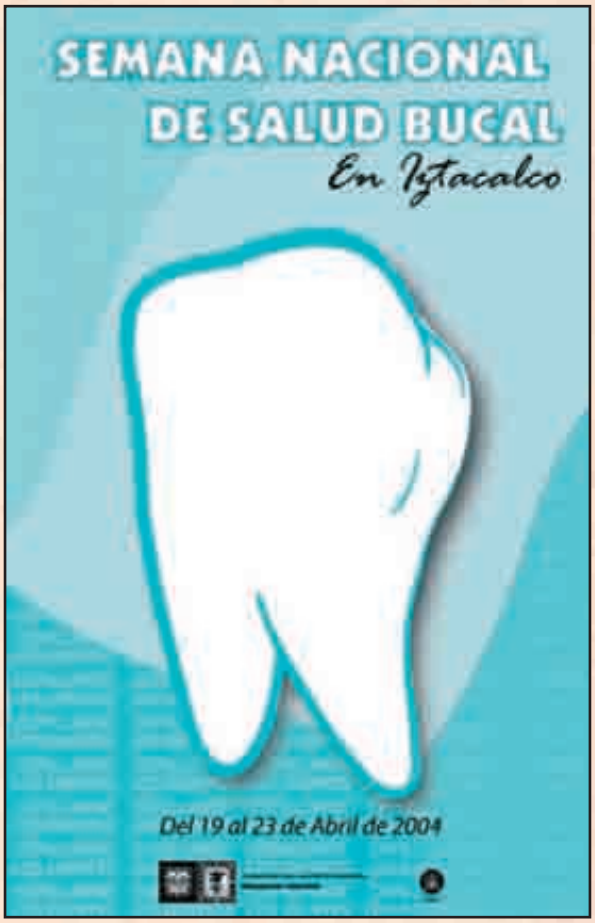
En los países con un sistema de gobierno demócrata se observa una especialidad dentro del cartel de propaganda; el cartel político-electoral. Previo a una elección para ocupar una, gobernatura, presidencia, senaduría, etc. las calles lucen saturadas de carteles, en todos tamaños, donde aparece el nombre, la fotografía del candidato, regularmente el rostro con actitud amistosa hacia el receptor, acompañado del logotipo del partido que representa y una frase corta que servirá como lema de su campaña, se encarga de estimular el voto de los ciudadanos hacia su persona por lo que busca ser fácilmente recordado al momento de la votación, se vale de colores primarios, poco texto y del desprestigio de sus oponentes. Ahora el cartel político-electoral exaltará las cualidades del candidato lo que análogamente hace el cartel comercial más frecuentemente.

Ejemplificamos una especialidad más del cartel de propaganda; el de interés público o social, resulta interesante enunciar las características que lo conforman debido al mensaje implícito que llevan. En él no se anuncia algo que va a beneficiar a una determinada empresa comercial, sino a la comunidad. Mantener el país sano cuidando el medio ambiente, bajar el índice de analfabetismo, generar una cultura del deporte, crear campañas de vacunación, luchar contra el hambre, etc. son temas que el cartel social abordará para informar a una comunidad necesitada de acciones en

27 PROENZA, *op. cit.*, p.73

su beneficio. Su conformación, generalmente, será textual, se limita a dar una información amplia de la aplicación de sus programas, por tal motivo el impacto de éste depende más del beneficio que brinda a la sociedad que de una composición agradable y convincente. Su particularidad de llevar un mensaje implícito propagandístico se da al ser elaborados para asociar las "acciones" realizadas con el grupo, persona, o sistema dominante del momento, aun cuando no aparezcan elementos gráficos que sirvan para identificar de manera directa el origen, de tal manera que los programas sociales dados a conocer a través del cartel servirán como generadores de votos para futuras elecciones.[28]

FIGURA 3.31
(M.C.M.) 2004



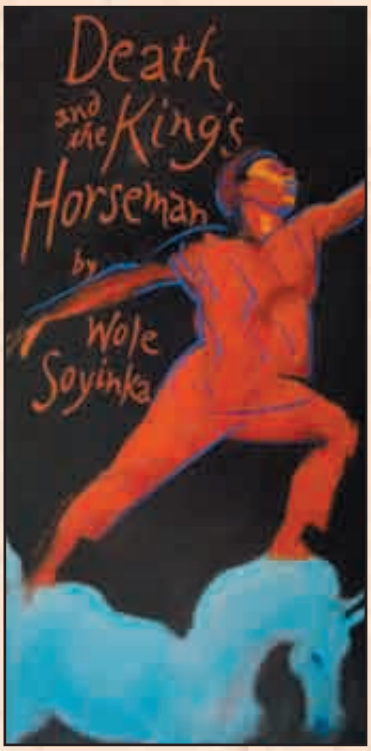
EJEMPLO DE CARTEL DE PROPAGANDA DE INTERES PÚBLICO

La tercera clase que encierra variadas especialidades es el cartel cultural. Se identifica comúnmente con eventos intelectuales y artísticos. Se distingue por no estar generalmente dirigido a las masas sino a segmentos muy definidos como los aficionados a la danza, el teatro, la música clásica. En el cartel cultural, la composición no requiere sobredimensionar el significado ni hacerlo tan directo y perceptible para cualquiera, porque debido a que esta dirigido a un público selecto, de mayor cultura, acepta el uso de simbolismos mucho más complejos. A diferencia de las dos clases anteriores de cartel, el cartel cultural no necesita sustituir la realidad del observador por una pseudorrealidad idealizada, no precisa despertar sensaciones de deseo, sino que propone una versión transfigurada de la realidad pero con un fin claramente estético. La función económica en el cartel cultural es superada por la función informativa, aunque no elimina del todo las demás características generales de todo cartel, por ejemplo, el cartel cinematográfico, además de informar, también trata de convencer al receptor para ver la película que muestra.[29]

Las especialidades en donde se involucra el cartel cultural nos muestran la función informativa que hará un cambio no solo en el estilo de vida del receptor sino también en su formación intelectual. Da a conocer un mensaje que invita al conocimiento a través del arte. De esta forma los carteles especializados en Teatro suelen expresar una síntesis visual de la obra que anuncian, gracias a la lectura previa de la obra por parte del diseñador, ocupa elementos con un tratamiento artístico de índole contemporáneo o de época, según sea el caso, mostrando con esto una información histórica que trasciende o conforma a una cultura, se convierte la mayoría de veces en objeto de colección para el público.

28 TUBAU, *op. cit.,* pp. 113-115
29 PROENZA, *op. cit.*, p.73

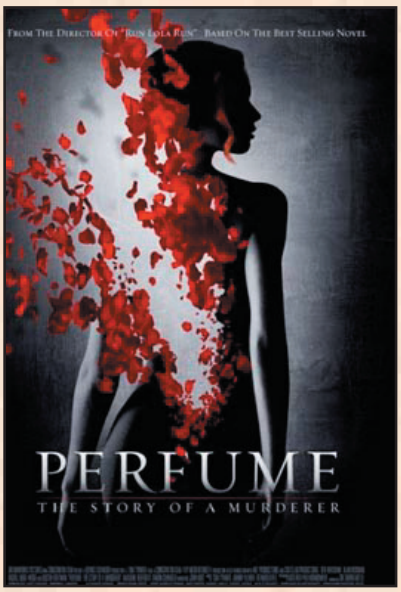
FIGURA 3.32
Best of Graphis Poster.
op. cit., p.66



EJEMPLO DE CARTEL CULTURAL JIM McMULLAN, Theatre poster

Los carteles de música constituyen una especialidad más, lo mismo que el de danza, el primero ofrece una simbología rica en configuración y significado, las notas musicales, el papel pautado, los instrumentos musicales de percusión, viento, cuerdas, etc. son fuente prácticamente inagotable de inspiración que proveen de múltiples soluciones graficas para su elaboración. El cartel de danza a su vez echará mano de las expresiones corporales tan diversas del ser humano, transmitiendo a través de estas sentimientos y gracia del artista en el escenario al ser capturado en movimiento, manifestando elegancia, elasticidad, agilidad, etc. El tratamiento grafico de ambos carteles suele ser similar al del cartel de teatro, intentará ser una pieza que informe y motive a asistir a la presentación, pero también cultivará la mente del público. Por su contenido estético suelen también ser objetos de colección.

FIGURA 3.33
(M.C.M.) 2006



EJEMPLO DE CARTEL CINEMATOGRÁFICO

El ya mencionado cartel de cine es una más de las especialidades del cartel cultural, a pesar de su alto contenido comercial invita a consumir un producto artístico de menor grado para muchos, aun con esa disyuntiva el cine ha manifestado ser un espacio de expresión abierto a las inquietudes del ser humano. Usa básicamente como elementos compositivos la ilustración de una escena de la película mostrando los personajes principales, ya sea en forma pura, de collage o secuencial, la imagen será realista presentada mayormente por medio de la fotografía. El texto, generalmente utilizado para el titulo del filme, es manejado con elementos alusivos a la película que anuncian, a través de texturas, colores y formas estilizadas, refuerzan la representación grafica de la escena. Son exhibidos en la periferia de las salas de cine, en paradas de autobús y en carteles gigantescos colocados perpendicularmente a las avenidas conocidos como vallas, días antes del estreno fílmico.

Existen más especialidades del cartel cultural que dependerán de los usos y costumbres de cada sociedad como es el caso del cartel taurino, a pesar de que anuncia un evento de forma comercial, la llamada fiesta brava es una manifestación cultural que solo se da

casi en exclusiva en los países hispanos, España y México por ejemplo, éstos carteles se han mantenido en la mayor parte de su existencia en una línea tradicional, reflejando en sus creaciones un estilo pictórico, dejando de lado conceptos publicitarios.[30]

Con una clasificación de índole gráfica, los carteles demuestran la practicidad de su aplicación, nos manifiestan sus cualidades cuantitativas y cualitativas que sirven para generar día a día nuevos y mejores caminos para la aplicaciones de este medio masivo de comunicación.

FIGURA 3.34
ENCARTA 2005, *op. cit.,* 2007

CARTEL TAURINO, Cadiz, España, 1885

30 TUBAU, *op. cit.,* pp. 109-113

3.3 EL CARTEL EN EL DEPORTE

FIGURA 3.35
THE OLYMPIC IMAGE. *The first 100 years.* Quo Editions, Canada. 1996, p. 12

CARTEL ALUCIVO A LA PRIMER MEDALLA OLÍMPICA, Atenas, 1896

Para adentrarnos al tema que nos ocupa en este proyecto abordaremos el papel que tiene el cartel dentro del deporte. Comenzaremos por definir lo que normalmente se entiende como "deporte", para así poder identificar más claramente las características, las funciones y el papel que juega el cartel en este ámbito.

El deporte se define como el conjunto de actividades físicas que el ser humano realiza con intención lúdica o competitiva, su practica requiere de entrenamiento. Los deportes de competición, que se realizan bajo el respeto de códigos y reglamentos establecidos, implican la superación de un elemento, ya sea humano (el deportista o equipo rival) o físico (la distancia, el tiempo, obstáculos naturales, la exactitud). Considerado en la antigüedad como una actividad recreativa que redundaba en una mejor salud, el deporte empezó a profesionalizarse durante el siglo XX. Las diversas disciplinas deportivas generalmente son clasificadas en seis tipos; *los atléticos* que incluyen al atletismo (pruebas de velocidad, saltos y lanzamientos), gimnasia, halterofilia, natación y ciclismo; *los de combate* que encierra al boxeo, lucha libre, esgrima, judo, kárate y otras artes marciales; *los de pelota* que contienen al fútbol soccer, fútbol americano, rugby, baloncesto, balonmano, voleibol, tenis, tenis de mesa, waterpolo, squash, béisbol y pelota vasca; *los de motor* referentes al automovilismo, motociclismo, motocross; *los de deslizamiento* a los que pertenecen el esquí, bobsleigh, trineo, patinaje sobre hielo; finalmente *los náuticos* o de navegación que incluye al, esquí acuático, surf, windsurf, remo, piragüismo, navegación con botes de vela.

FIGURA 3.36
ENCARTA 2005, *op. cit.,* 2007

EJEMPLO DE DEPORTE EXTREMO (Skate board),

No obstante, ésta es sólo una de las muchas clasificaciones válidas que se pueden efectuar. Otras más generales serían, por ejemplo, las que distinguen entre deportes individuales y de equipo, o entre deportes de verano y de invierno. También existen modalidades deportivas en el límite con la aventura que son actualmente nombrados deportes extremos como el skateboard, el sky-surf, la bike freestile, por mencionar algunos; las que se enmarcan en el puro juego como el billar o los bolos; y las relacionadas con la inteligencia como el ajedrez.

Hasta los pueblos más antiguos han dejado vestigios de la práctica de actividades deportivas. Surge como una necesidad inherente al hombre para sobrevivir desde su origen, actos que el hombre ha realizado desde la prehistoria como correr para escapar

de los animales, saltar para superar los obstáculos naturales, atravesar a nado los cursos de agua, lanzar armas como jabalinas o luchar cuerpo a cuerpo con sus enemigos, se pueden calificar como "proezas deportivas". En la antigüedad se ritualizaron estas gestas, que quedaron asociadas a la religión o a las celebraciones. Las civilizaciones precolombinas practicaban el juego de pelota conocido como tlachtli u ullamalitztli, los egipcios eran apasionados del tiro con arco y de las justas náuticas y, 500 años antes de que tuvieran lugar los primeros Juegos Olímpicos, los griegos ya medían sus fuerzas en carreras de carros y en combates. Muchos frescos sirven de testimonio en las hazañas de los campeones de aquella época.[31]

FIGURA 3.37
ENCARTA 2005, *op. cit.,* 2007

EL BUZKASHI, Deporte Nacional Afgano

Al hacer un breve paréntesis en el deporte, nos damos cuenta de lo extenso que resulta su mundo pues acompaña al hombre desde la prehistoria, de modo tal que para el cartel ha resultado ser un tema amplísimo, rico en muchos aspectos que ha podido utilizarse deforma comercial, propagandística y cultural.

Podemos entender la explotación comercial del cartel en el deporte al remitirnos a todos aquellos que recomiendan un producto en especial para ser un deportista especial, abarca la difusión de marcas que se dedican a la fabricación y/o comercialización de artículos deportivos y en época reciente se apoyan del deporte para anunciar todo tipo de productos que van desde objetos de moda hasta artículos de primera necesidad como el agua.

FIGURA 3.38
(M.C.M.) 2007

EJEMPLO DE CARTEL EN EL DEPORTE CON SENTIDO COMERCIAL

Un ejemplo bastante claro del uso propagandístico del cartel en el deporte nos lo da Alemania en 1936 al celebrar los XI Juegos Olímpicos, aquí la intención de los carteles es dar a conocer al mundo su ideología fascista así como a su líder.

FIGURA 3.39
THE OLYMPIC IMAGE.
op. cit., p. 100

EJEMPLO DE CARTEL EN EL DEPORTE CON SENTIDO PROPAGANDISTICO

Si hemos de dar un ejemplo de cartel cultural dentro del deporte nos remitiremos a los eventos culturales (muestras de cine, danza, teatro, etc.) generados con pretexto de los XIX Juegos Olímpicos en México 1968, pues se hace uso de elementos alusi-

31 ENCARTA 2005, *op. cit.,* 2007

FIGURA 3.40
THE OLYMPIC IMAGE. *op. cit.,* p. 203

EJEMPLO DE CARTEL EN EL DEPORTE CON SENTIDO CULTURAL

FIGURA 3.41
ADVERTISING ANNUAL 2002. Published by Graphics Inc. New York, USA, 2001, p. 228

EJEMPLO DE CARTEL EN EL DEPORTE CON SENTIDO COMERCIAL DE ASPECTO ESTÁTICO

FIGURA 3.42
THE OLYMPIC IMAGE. *op. cit.,* p. 392

EJEMPLO DE CARTEL EN EL DEPORTE (Apoyado técnicamente de la Fotografía)

FIGURA 3.43
THE OLYMPIC IMAGE. *op. cit.,* p. 128

EJEMPLO DE CARTEL EN EL DEPORTE (Apoyado con elementos alucivos al deporte que refiere)

vos al deporte pero que anuncian otra actividad, aprovechando con esto el contexto en el que se encuentran.[32]

3.3.1 CARACTERÍSTICAS DEL CARTEL EN EL DEPORTE

No existe una regla para la generación de un cartel en el deporte, en cuanto a tamaño, forma, color, etc. pero lo que si es un hecho es que en la gran mayoría de los carteles de éste tema aparecerán ilustraciones o imágenes que capturan un movimiento clave o propio del deporte a tratar. Aquellos deportes que por sus características son más veloces que otros son representados con mucho dinamismo en la composición de los carteles, dependiendo del uso que se les vaya a dar ya sea comercial, propagandístico o cultural pueden tener un dinamismo o una estática, por ejemplo; un cartel olímpico que anuncia los encuentros de básquetbol, comúnmente aparecerá la imagen de uno o varios jugadores en movimiento, saltando, cayendo, corriendo, etc. intentando un mayor impacto visual, pero si se quiere anunciar un producto apoyado en la fama de un jugador de básquetbol se buscará una fotografía de éste con pose estática, para referirse al producto anunciado de forma más propia o directa. En menor número aparecen carteles con elementos alusivos a su práctica, es decir, que hagan uso de materiales o equipo necesario para el desarrollo de esa actividad generando una atracción más sutil que al presentar al deportista desarrollándose en una parte del juego o deporte. Comúnmente si el deporte es de conjunto se ilustrará con la actividad individual de un jugador, con el fin de que el mensaje sea más claro y directo.

Además de la representación del jugador capturado con un movimiento singular en su deporte, se plasman los rasgos, cualidades y aptitudes de éstos para desarrollar la actividad, el diseñador se vale de todas las técnicas de representación gráfica para darle

32 PROENZA, *op. cit.*, pp. 72-73

identidad en su medio, ya sean fotografías, vistas aéreas, pinturas, etc. la constante será acentuar el gran físico del deportista, su enorme salto, la elegancia de su movimiento, etc.

La retórica en la imagen es otra poderosa herramienta que enriquece a la comunicación visual en el diseño. La función de la retórica es básicamemte la persuación. El objetivo de potenciar al mensaje consiste en que el receptor tomará frente al mismo una posición activa, de compromiso ideológico y podrá incluso llegar a modificar hábitos en su conducta. Los recursos que se utilizan para operar sobre la imagen reciben el nombre de figuras retóricas. En ellas se enfrentan dos niveles del lenguaje: el denotado y el connotado. Lo que se comunica a través de una figura podría haberse dicho sin ella de modo más simple y directo aunque no siempre tan eficiente ni tan rico. La forma y el significado están en permanente juego interactivo y en el caso de las figuras se da una constante jerarquización de una sobre la otra. En los carteles relativos al deporte es común encontrar figuras retóricas aplicadas a la imágen como son; la *Metáfora Visual* donde las culidades de un objeto están en lugar de otro para destacarlas (ejemplo fig. 3.44); la *Hiperbole* en la que mediante algunos recursos visuales se magnifica un objeto o persona para aumentar su valor (ejemplo fig. 3.45); y la Metonimia en la cual se sustituye una cosa por otra (ejemplo fig. 3.46).[33]

El cartel en el deporte, se vale también, al igual que mayoría de los carteles, de las tendencias artísticas y técnicas del momento para generar composiciones que serán fácilmente aceptadas por el receptor.

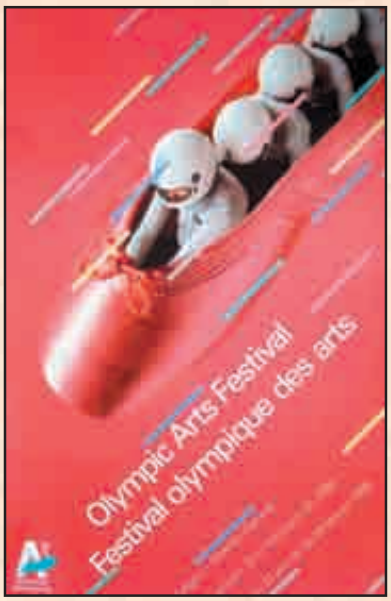


FIGURA 3.44
THE OLYMPIC IMAGE. *op. cit.,* p. 317

EJEMPLO DE CARTEL EN EL DEPORTE, CON FIGURA RETÓRICA

FIGURA 3.45
THE OLYMPIC IMAGE. *op. cit.,* p. 355

EJEMPLO DE CARTEL EN EL DEPORTE, CON FIGURA RETÓRICA

FIGURA 3.46
ADVERTISING ANNUAL 2002. *op. cit.,* p. 223

EJEMPLO DE CARTEL EN EL DEPORTE, CON FIGURA RETÓRICA

33 Barthes, Roland. Retórica de la imagen Paidos Comunicación. Barcelona, España, 1992.

FIGURA 3.47
IMPACTGRAPHICSPOSTERS [Web en línea]. <http:///www.impactgraphicsposters.com/MexicanGallery.htm>. [Consulta: 24-01-2008]

CARTEL DISEÑADO POR EL "CHANGO" GARCIA CABRAL

FIGURA 3.48
ARCHIVO GRAFICO ANTICAPITALISTA [Web en línea]. <http:///www.archivografico.auditoriocheguevara.org>. [Consulta: 20-01-2008]

CARTEL DEL MOVIMIENTO ESTUDIANTIL DE MÉXICO 68

FIGURA 3.49
THE OLYMPIC IMAGE. *op. cit.,* p. 203

CARTEL DEL LOS JUEGOS OLÍMPICOS DE MÉXICO 1968

3.3.2 EL CARTEL EN EL DEPORTE EN MÉXICO

México tiene una calidad superior a muchos países en cuanto a diseño de cartel se refiere, la escuela de grandes muralistas y artistas gráficos impregnan con sus ideas las mentes de los diseñadores para comunicar con eficacia lo que se desee. Esto queda manifiesto en la grafica subversiva de 1968 antagónica al impacto del diseño corporativo de los Juegos Olímpicos de ese mismo año, ambas cumpliendo con creces su objetivo, por otro lado la numerosa realización de carteles de cine por parte del "Chango" García Cabral en la época de oro del Cine Mexicano, son solo unos pocos ejemplos de la gran calidad creativa existente en nuestro país.

En México solo se desarrollan carteles con calidad en el ámbito deportivo cuando se es anfitrión de algún evento internacional, llámese Olimpiada, Mundial de Futbol, Mundial de Atletismo, Juegos Panamericanos, etc. o cuando se trata de vender un producto propiedad de una empresa transnacional.

Carteles relacionados al Voleibol de sala generados en México se encuentran muy pocos, es por ello que encontramos escasos ejemplos gráficos en este rubro. Si comparamos la composición de estos carteles con los realizados promocionando otros deportes mas populares y remunerados como el futbol es notoria la diferencia en calidad gráfica, de igual manera existe una enorme diferencia en el cartel alusivo al voleibol de sala que se realiza en México con el de países de mayor tradición en este deporte como son Brasil y España en donde existen carteles de mayor riqueza en la comunicación visual. Así podemos observar que no se le da el lugar que merece al diseño de cartel referente al voleibol de sala en México, ya sea por cuestiones económicas, culturales o sociales, el resultado es una pobre creación cualitativa y cuantitativamente hablando, pues es poco el apoyo a este deporte.

FIGURA 3.50
SKYSCRAPERLIFE, [Web en línea].
<http//www.skyscraperlife.com/bar-argento/12875-los-afiches-de-los-mundiales-desde-1930-a.html>
[Consulta: 24-08-2008]

CARTEL PROMOCIONAL DEL MUNDIAL DE FUTBOL MEXICO 86

FIGURA 3.51
EBAY, [Web en línea]. <http://www.cgi.ebay.com>.
[Consulta: 24-01-2009]

CARTEL CONMEMORATIVO AL NOVENO CAMPEONATO DE UN EQUIPO DE FUTBOL (Realizado por un patrocinador)

FIGURA 3.52 *SITIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN MEXICANA DE VOLEIBOL*, *op. cit.*
[Consulta: 08-09-2007]

FIGURA 3.53
(M.C.M.) 2008

FIGURA 3.54 *SITIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN MEXICANA DE VOLEIBOL*, *op. cit.*
[Consulta: 08-01-2007]

EJEMPLOS DE CARTELES DE VOLEIBOL EN MÉXICO

FIGURA 3.55 *TODO VOLEYBOL, op. cit.* [Consulta: 24-08-2006]

FIGURA 3.56 *TODO VOLEYBOL, op. cit.* [Consulta: 10-07-2006]

FIGURA 3.57 *TODO VOLEYBOL, op. cit.* [Consulta: 10-07-2006]

EJEMPLOS DE CARTELES DE VOLEIBOL INTERNACIONALES

CAMPEONATOS DE ESPAÑA
EN EDAD ESCOLAR
POR SELECCIONES
AUTONÓMICAS
2006
BRASILEIRO UNIVERSITÁRIO DE
VOLEIBOL
VOLEIBOL... ¿MODA O DEPORTE?
deporte en el co
VOLEIBO
II Torneo Cuadras Mistas
ROCKÓDROMO
28 - 30 MAYO
PREOLÍMP
VOLEI
¡Vive el
Espectácu
"Así ganamos
la FINAL FOUR
Tenerife 2004"
DVD
CSV
WORLD
LEAGUE
FIVB
VOLLEYBALL
CAMPEONATO NACIONAL DE
VOLEIBOL
CANCUN 20
DEL 08 AL 13
CAPÍTULO IV
EL MÉTODO
DE TRABAJO

4.1 MÉTODO SISTEMÁTICO PARA DISEÑADORES

Si diseñar implica supeditar la creación de formas a un propósito, el propósito del diseño es siempre responder a una necesidad del hombre. Su verdadera dimensión y su rol social los adquiere al dar una respuesta formal a una función, es decir al modo de acción en virtud del cual un objeto cumple la finalidad por la cual ha sido creado.

La palabra diseño ha sido siempre ligada a términos como: orden, plan, estructura, sistema, idea, proyecto, programa, estrategia, todos estos conceptos están ligados intrínsecamente a actividades que implican la creación de ideas y su implementación proyectual en elementos formales, que deben ser definidos a partir de una estructura ordenada que entendemos hoy por hoy como método.

El desarrollo del presente proyecto se basa en una estructura formal de método para el diseño del cartel conceptualizada por Bruce Archer - “El método sistemático para diseñadores”. Publicado durante 1963 y 1964 por la revista inglesa Design. Archer propone como definición de diseño “...seleccionar los materiales correctos y darles forma para satisfacer las necesidades de función y estética dentro de las limitaciones de los medios de producción disponibles”, por lo tanto, el proceso de diseño debe contener las etapas analítica, creativa y de ejecución, que a su vez se subdividen en:

1. Definición del problema.
2. Obtener datos relevantes, preparar especificaciones y retroalimentar la fase 1.
3. Análisis y síntesis de los datos para preparar propuestas de diseño.
4. Desarrollo de prototipos.
5. Validación del Diseño.
6. Preparar documentos para la producción.[1]

En el siguiente capítulo se presenta de una manera más detallada el desarrollo de cada uno de los 6 puntos anteriores.

1 Rodríguez, Luís. Para una Teoría del diseño. Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco/Editorial Tilde. México, 1989.

CAPÍTULO V

DESARROLLO (Utilizando el Método Sistemático para Diseñadores) DEL CARTEL DE VOLEIBOL DE SALA PARA EL DVO. LEANDRO VALLE

5.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA PARA EL DISEÑO DEL CARTEL

Se necesita elaborar un diseño de cartel para la promoción del Voleibol de Sala en el deportivo Leandro Valle que aborde a un público juvenil masculino y femenino, que motive a la inscripción para la practica de éste deporte. Adecuandolo a las posibilides económicas marcadas por los involucrados (gobierno delegacional y patrocinadores.)

5.2 OBTENCIÓN DE DATOS RELEVANTES

En los capítulos II y III se plasmó toda la información relevante para el tema de éste cartel, que va desde el orígen del voleibol de sala hasta la situación de éste deporte en el deportivo Leandro Valle. También se aborda de manera general la historia del cartel hasta su aplicación en carteles de voleibol de sala en México. Logrando con esto obtener información valiosa que servirá para generar posibles soluciones gráficas al problema antes planteado.

5.3 ANÁLISIS Y SÍNTESIS DE LOS DATOS

En base a la información recopilada en los capítulos II y III se procede a separar y depurar los datos más significativos que sirvan para dar solución al problema de la composición del cartel.

En este punto recurrí a una lluvia de ideas haciendo una lista de palabras que involucran conceptos, cosas, oraciones, sonidos, etc. capaces de remitirnos al voleibol de sala. Esto con la finalidad de aportar variables semánticas para la composición de los carteles. Comúnmente se le nombra lluvia de ideas, que bien pueden surgir del previo conocimiento adquirido del tema a trabajar, en éste caso el voleibol de sala, pero también se llegan a generar a través de la espontaneidad de ideas afines al tema, que tuvieron su origen en la experiencia personal del diseñador, es decir, de la creatividad. Como elementos inherentes al voleibol de sala que logran remitirnos al mismo tenemos los siguientes:

- Balón de voleibol.
- Red de voleibol.
- Cancha de voleibol con piso de duela.
- Poste y antenas de voleibol de sala.
- Uniforme de jugadores.
- Cinta adhesiva.
- Rodilleras.
- Cancha con jugadores.
- Foto del gimnasio del deportivo Leandro Valle.
- Fisonomía de los jugadores.

También podemos enlistar lo que son técnicas y jugadas propias del voleibol de sala:

• Voleo.
• Fildeo de forma básica.
• Fildeo con facial.
• Fildeo con rodada.
• Saque normal.
• Saque aéreo.
• Remate en zona de ataque a diferentes alturas y posiciones (bola metro, semi, china, rusa, metro y medio, en dos).
• Remate de zaguero.
• Bloqueo sencillo, doble y triple.
• Jugadas; pistón, cruz, “V”, doble V, Completa, cruz con completa.

Nos pueden ayudar una serie de cualidades necesarias para la práctica del Voleibol de sala:

• Gran salto.
• Elasticidad.
• Reflejos.
• Agilidad.
• Fuerza.

También necesitamos frases que inviten a la práctica del voleibol de sala, las cuales deben ser cortas y directas, por lo tanto podemos jugar con los nombres de algunas jugadas o redundar a través del texto con la imagen del cartel:

• Salta alto.
• Juega voley.
• No permitas que caiga.
• Solo agilidad.
• Práctica voley en el Leandro Valle.
• No permitas el bloqueo.
• Voleibol, un deporte de altura.
• Voleibol, un deporte espectacular.
• Si la única china que conoces es la llave, ¡aprende voleibol!
• La rusa no solo es una torta, ¡práctica voleibol!

Las listas anteriores nos darán una amplia gama de soluciones gráficas para la realización del cartel de voleibol de sala, debido que aportan N cantidades de imágenes en nuestra mente que pueden ser proyectadas para la solución del diseño. El siguiente paso en el proceso de realización del cartel, después de conceptualizarlo, es plasmarlo en el tamaño del plano a trabajar.

5.4 DESARROLLO DE PROTOTIPOS.

En todo proyecto de diseño es necesario ofrecer alternativas de soluciones gráficas al cliente o interesado para que pueda comparar diferentes composiciones y asi elegir la que a su consideración sea la más adecuada, sin olvidar que las propuestas dadas por el diseñador cuantan con las cualidades necesarias para una apropiada comunicación, esto es, tendrán un valor estético y funcional que dará como resultado un producto gráfico encargado de satisfacer sus necesidades. Es aconsejable mostrar tres propuestas de diseño para no generar indesición en el cliente, que ocurre comunmente cuando se rebasa éste número, o para no crear una insatisfacción al mostrale dos o una solución gráfica a su problema.

En el presente proyecto el cliente será El Deportivo Leandro Valle quien es el principal involucrado o necesitado del cartel. Y como un cliente anexo los patrocinadores a quienes las propuestas de diseño se les presentarán solo con el objetivo de validar la aportación económica que han realizado.

Las alternativas gráficas deben ser eficaces, es decir, es indispensable que todas reúnan una sintaxis justificada que transmita un mensaje semántico claro para el receptor, obteniendo con esto en la mayoría de lo posible un diseño de gran pregnancia y reticencia que cumpla con las necesidades pragmáticas de las personas a quien va dirigido. Logrando todo lo anterior es relativamente más sencillo llegar a un consenso entre las partes involucradas sobre cual de las tres propuestas reúne las necesidades de comunicación y proyección para sus intereses. No hay que olvidar que al llegar a esta etapa del proceso no es valido dejarnos influenciar por los gustos subjetivos de los involucrados, se debe defender en la medida de lo posible el carácter profesional del trabajo del diseñador y para evitar dudas en la autorización del diseño final es necesario acortar el número de personas participantes para la aceptación del mismo, así como el número de alternativas generadas por diversos cambios a realizarce.

Tres propuestas diferentes, en base a las necesidades del cliente, son las que se manejan en un principio de manera común para la solución de la mayoría de los problemas de diseño, y siempre existen cambios que se le agregan al diseño que más aceptación tuvo, ya sea de texto, color, ubicación o de contenido, no se debe permitir que éstos lleguen a alterar de forma radical la idea original admitida en un principio porque se corre el riesgo de introducirse en un caos sintáctico que arroje como resultado un diseño sin proyección o repulsivo para el receptor final que no cumplirá su objetivo de comunicar lo que desea, si este fuera el caso es preferible presentar un par de propuestas más que servirán para clarificar las necesidades del cliente y tomaremos en cuenta la serie de cambios inherentes al diseño “aprobado”.

5.4.1 DEFINICIÓN DEL TAMAÑO DEL CARTEL

FIGURA 5.1
ILUSTRATION IN GRAPHICS - ADVERTISING EDITORIAL DESIGN, P.I.E. Books, Japón, 1996. p. 106

EJEMPLO DE CARTEL EN EL DEPORTE, DE DE TAMAÑO Y FORMA COMÚN

Es indispensable visualizar nuestro cartel a elaborar con características propias que lo hagan original, entendido esto como diferente o distinguible ante los demás carteles existentes de cualquier tipo y sobre todo en su tema. Una de éstas características a resaltar en mi cartel es el tamaño, no solo su escala, sino también la forma del plano. Por lo tanto antes de comenzar el proceso de bocetaje y enfrentarme al problema del vació blanco, definiré la forma y el tamaño que servirán de apoyo para ir delimitando el problema a resolver.

Basado en un rectángulo armónico √4, la forma de mi cartel será de un rectángulo alargado que duplicara el tamaño de su base en la altura con lo cual se conseguirá una estilización del plano, otorgando singularidad al diseño por la forma de la superficie debido a que la mayoría de los carteles se basan en tamaños rectangulares convencionales con proporciones de 1 de base por 1.5 de altura. Tomando en cuenta lo relevante que es el manejo de rectángulos armónicos para un inicio bien estructurado de la composición opte por elegir el √4 por su equilibrio en el tamaño para mis necesidades de dinamismo y distinción, no es lo bastante alargado como el rectángulo armónico √9 que pudiera no distinguirse en el medio porque tendría las proporciones comunes de las esquelas y tampoco lo bastante cuadrado como para confundirse con la media del tamaño de los carteles.

FIGURA 5.2
TODO VOLEYBOL, op. cit. [Consulta: 24-08-2006]

EJEMPLO DE CARTEL EN EL DEPORTE, DE DE TAMAÑO Y FORMA COMÚN

El tamaño real sugerido, para el cartel, en base al rectángulo armónico √4 es de 90 x 45 cm, que dependerá su aplicación en base al presupuesto aceptado por los patrocinadores, pues tendrá un costo de impresión de $ 7,000.00 aprox. por 500 pzs. En caso de ser negativa la respuesta se tiene la opción de escalar el tamaño para aminorar los costos, así pues el segundo tamaño sugerido es de 62 x 31 cm con un costo aprox. de $ 4,000.00 por 500 pzs.

El impacto del cartel en base al tamaño será menor en la segunda opción, pero seguirá distinguiéndose en su contexto por la utilización del rectángulo armónico √4, debido al contraste que tendrá de forma y tamaño en comparación con múltiples carteles que pudieran estar exhibiéndose al mismo tiempo.

5.4.2 PROCESO DE BOCETAJE DEL CARTEL

Entendiendo como boceto a la proyección o apunte general previo a la realización de una obra o manifestación artística, cultural o técnica, ampliamos el término diciendo que es una serie de trazos rápidos, un esbozo, una pre-realización de lo que será una obra, un objeto, una teoría, o cualquier composición resultado del ingenio humano, de uso más común en las artes plásticas.

El boceto nos permite visualizar a grosso modo la idea que tengamos para la solución de cualquier problema grafico, sobre todo, funciona como herramienta práctica para la disminución del trabajo innecesario y por lo tanto como reductor de tiempos en la conclusión de diseños.

Para bocetar se pueden utilizar diferentes técnicas, desde la más tradicional que incluye papel y lápiz, hasta los más sofisticados software a los que hoy día se tiene acceso, dependiendo de las limitantes con las que se enfrenta el diseñador o las aptitudes propias.

En lo que a mi corresponde me apoyaré en el método tradicional del boceto para generar principalmente la ubicación de los elementos básicos del cartel en el plano, de manera rápida pero concisa. Posteriormente, eligiendo las 3 composiciones más adecuadas definiré el tipo de técnica de representación gráfica apropiada a ocupar en el diseño, me apoyaré de diversos programas de computo que manejen vectores y mapa de bits, porque ofrecen la ventaja de visualizar más claramente, sobre todo, el manejo del color y tipografía.

FIGURA 5.3
(M.C.M.) 2007

Para comenzar a bocetar se define previamente de la lluvia de ideas que elementos gráficos, fonéticos o conceptuales logran tener mayor presencia pragmática en el público hacia el cual va dirigido el cartel, se separan y se comienza a jugar en un plano a escala (ya definido) con las distintas ubicaciones de los elementos básicos que un cartel debe tener, esto es: una ilustración, un texto breve primario y un texto de información secundario, que cuente con pregnancia lograda a través de una máxima en el diseño de carteles, “la forma debe seguir al contenido”.

Mis primeros trazos corresponden a capturar un remate, este movimiento ofensivo en el voleibol de sala es uno de los más espectaculares por la velocidad, salto, potencia y sincronización que se necesita para su ejecución, según veo puede ser una imagen adecuada para el diseño del cartel. Así mismo les añado el posible texto y su ubicación que refuercen el mensaje.

FIGURA 5.4
(M.C.M.) 2007

FIGURA 5.5
(M.C.M.) 2007

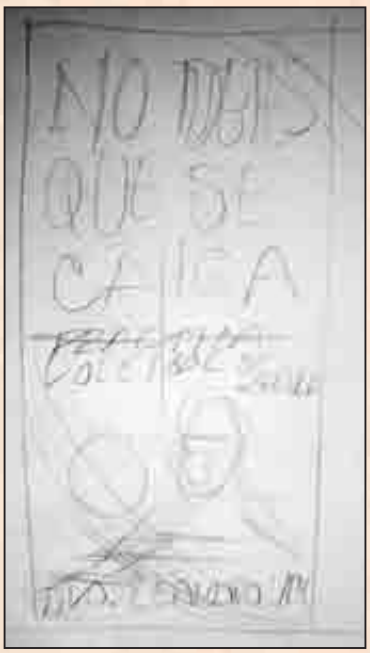
PRIMERAS IDEAS GRÁFICAS
(VISUALIZACIÓN DE UN REMATE)

FIGURA 5.6
(M.C.M.) 2007

FIGURA 5.7
(M.C.M.) 2007

BOCETOS UTILIZANDO EL FILDEO COMO ELEMENTO FORMAL PRIMARIO Y UNA TENSIÓN POR VISTA ÁEREA (fig. 5.5)

FIGURA 5.8
(M.C.M.) 2007



BOCETO UTILIZANDO EL FILDEO FACIAL COMO ELEMENTO FORMAL PRIMARIO Y UNA TENSIÓN POR PERSPECTIVA

Tal vez el abordar un plano en blanco sea uno de los principales problemas a resolver en el proceso de bocetaje, pues este inicio es el que llega a generar la mayor dificultad ya que aquí se comienza a plasmar la idea que muchas de las veces se aleja de lo inicialmente pensado sino se cuenta con un nivel aceptable en la técnica del dibujo .

Los esbozos siguientes corresponden al movimiento defensivo llamado fildeo, se proyecta este ataque al balón con sus variantes, tal vez no resulta ser tan espectacular como el remate pero es muy significativo en el reconocimiento visual de éste deporte. Por el tipo de configuración de la imagen defensiva nos da paso a un juego de palabras en el texto que pueden ser motivo de atracción para la composición.

Como una forma de ir delimitando el problema del diseño de cartel en el proceso de bocetaje es importante tomar en cuenta hacia quien va dirigido el mensaje, en lo que corresponde al cartel es bueno reafirmar que es prioridad abarcar un público joven porque es quien esta en una etapa de mayor rendimiento físico, sobretodo, sin distinción de sexo, que invite a la clase media y media baja de la demarcación sin ser excluyente de un público con mejor posición social y tampoco de la gente de edad madura, es decir de las personas que pasen de los 45 años. La promoción del voleibol de sala desgraciadamente no contempla la participación de las personas con capacidades diferentes y la de niños menores de 12 años porque el gimnasio no cuenta con la infraestructura necesaria ni el personal calificado para la práctica y enseñanza del mismo.

Entonces se realiza una serie de bocetajes más precisos por medio de la formula más simple y directa, pues a diferencia de otros medios de comunicación impresa, el cartel, según todas las posibilidades, deberá transmitir en fracciones de segundo la idea claramente y a la vez generar inquietud en el público para que lo lleve a captar la información complementaria, logrando así cerrar el ciclo con una respuesta a favor de la práctica del voleibol de sala en el deportivo Leandro Valle.

Debido a que se busca la manera más simple de representar el voleibol de sala en el cartel, los siguientes bocetos hacen referencia al juego en la red, es decir, al movimiento de bloqueo. Lo interesante de esta idea es la presencia de varios elementos que nos remiten al voleibol de sala como lo son la red, los jugadores y el balón.

Coincido que en la composición de cualquier cartel lo más importante a considerar como elementos morfológico es: a) LA IMAGEN; que tendrá la función de transmitir el mensaje a primera instancia por sus propiedades que permiten una lectura y comprensión más rápida al ojo humano, b) EL TEXTO; que reforzará la imagen, aclarando el mensaje sin dejar de integrarse al contenido y c) EL COLOR; que dará a la composición el adjetivo calificativo, incrementará la atracción del cartel y estimulará diferentes sensaciones en el receptor.

Considerando lo anterior como principio en la composición es importante hacer uso de las diferentes alternativas que nos ofrece el contraste por tamaño, ubicación, dirección y forma en los bocetos, para identificar claramente los elementos enfatizando los que sean necesarios para obtener un cartel que cuente con ritmo y equilibrio, es decir una composición armónica.

Al hacer referencia a las diferentes formas de interactuar de los jugadores en un partido de voleibol de sala, en su aspecto más significativo, creo necesario una idea donde aparezca el balón de voleibol como elemento primario en la figura de la composición, para tener una alternativa más en la solución del problema, apoyandome, en éste caso, mayormente del texto primario para la comprensión del mensaje. (fig. 5.11)

Después de trazar varias propuestas del cartel a lápiz se descartan aquellas que expresan más débilmente el mensaje que se busca dar y se procede a trabajar con tres ideas en una plataforma que se aproxime más a la composición final. Por lo tanto elijo las propuestas que muestran movimientos más dinámicos, por tratarse de una característica del voleibol de sala, no

FIGURA 5.9
(M.C.M.) 2007

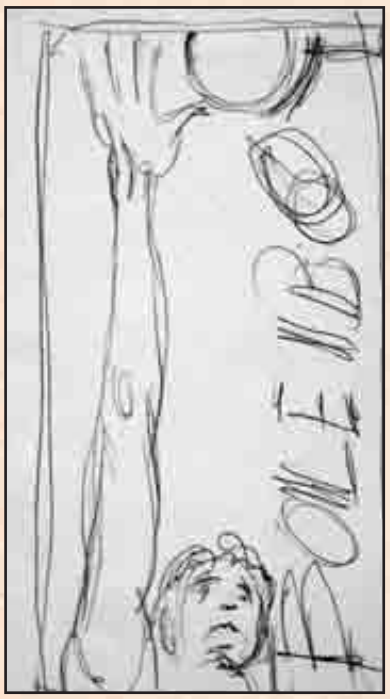


FIGURA 5.10
(M.C.M.) 2007

BOCETOS UTILIZANDO EL REMATE Y EL BLOQUEO COMO ELEMENTO FORMAL PRINCIPAL

FIGURA 5.11
(M.C.M.) 2007

BOCETO UTILIZANDO EL BALÓN COMO ELEMENTO FORMAL PRIMARIO Y EL CONTRASTE POR TAMAÑO

solo busco que sea dinámico sino también que haga referencia rapida y claramente a este deporte. El texto a utilizar será conciso pero también en una de las propuestas se dará la alternativa al juego de palabras buscando con ésto la singularidad del cartel dandole una herramienta más en su aplicación y alcance.

Para darle mayor forma a las ideas, ya seleccionadas, proyectadas en los bocetos a lapíz, se integrarán las propuestas haciendo uso de la computadora para aprovechar las diversas técnicas que ésta ofrece como herramienta indispensable en el diseño gráfico contemporáneo y así poder plasmar satisfactoriamente los primeros trazos.

Si bien es cierto, la base del diseño es la conjunción de varios elementos en una misma área con la finalidad de lograr una interacción armónica que permita expresar un mensaje dentro de un contexto determinado. El mensaje podrá modificarse mediante una delicada manipulación visual de los elementos que serán utilizados dentro del espacio de diseño, elementos que esencialmente serán palabras, ilustraciones y fotografías, combinados con una propiedad a controlar como lo es el color y el blanco y negro. Es necesario avalarse en el conocimiento previo del impacto que los elementos de diseño pueden tener y con esto crear composiciones prácticas sin dejar de lado lo estético. Por lo tanto el siguiente paso en la creación del cartel, después del boceto a papel y lápiz, es definir que tipo de representación grafica se va a ocupar para la proyección de éste. Como se busca dar un mensaje claro me apoyaré en la fotografía para representar el elemento principal del cartel, la ilustración. De tal manera que en un principio ocupo fotografías de diversos jugadores de voleibol de sala que representen mejor las posiciones esbozadas seleccionadas. Las fotografías ocupadas para la siguiente etapa del proceso de elaboración del cartel fueron bajadas del portal www.todovolei.com con la intención de agilizar el desarrollo de la composición adecuada y su presentación al cliente.

FIGURAS 5.12
(M.C.M.) 2007

BOCETOS SELECCIONADOS PARA LA GENERACIÓN DE TRES PROPUESTAS FORMALES DE DISEÑO DE CARTEL

5.4.3 SEGUIMIENTO DE ELABORACIÓN DEL CARTEL

Se realizaron tres propuestas de cartel basadas en los bocetos previos, con fotografías que no serán las finales para dar agilidad en la visualización de una composición que satisfaga la necesidad del cliente de dar a conocer la práctica del voleibol de sala en el deportivo Leandro Valle. En los tres casos se ocupó la fotografía como elemento principal por ser una técnica que permite transmitir más claramente las formas figurativas que son para la percepción humana el segundo nivel de captación de la forma, por debajo de las figuras geométricas, pero la más clara, directa, eficaz y funcional en la difusión de ideas.

FIGURA 5.13
TODO VOLEYBOL, op. cit.
[Consulta: 10-02-2008]

FIGURA 5.14
TODO VOLEYBOL, op. cit.
[Consulta: 10-02-2008]

FOTOGRAFÍAS UTILIZADAS PARA LA GENERACIÓN DE LAS 2 COMPOSICIONES DE CARTEL CON MOVIMIENTO OFENSIVO

Las tres propuestas de diseño se generaron en base a una disposición y manipulación de elementos amparados en los conocimientos previos de composición, no se puso mucho cuidado en seleccionar los colores de los uniformes de los jugadores fotografiados porque lo primordial era una imagen que capturara un momento que transmitiera claramente el ataque del balón de voleibol, simultáneamente se buscaron formas que reforzaran a la imagen en su connotación de voleibol como por ejemplo el balón, la duela, la red, etc. Las fotos tenían que presentar limpieza en la visualización del jugador o con un rango de margen para poder separar al elemento principal por medio de la manipulación fotográfica y lograr manejar un mínimo número de elementos fotográficos que evitaran la saturación visual en la composición, también se consideró que la toma no fuera muy plana pues la intención desde el boceto a lápiz fue la búsqueda de tensión a través del escorzo con la finalidad de lograr mas impacto visual.

FIGURA 5.15
TODO VOLEYBOL, op. cit.
[Consulta: 10-02-2008]

FOTOGRAFÍA UTILIZADAS PARA LA GENERACIÓN DE LA COMPOSICIONES DE CARTEL CON MOVIMIENTO DEFENSIVO

En base a la fotografía seleccionada para cada propuesta que lograba reunir una representación adecuada para generar una composición clara, persuasiva y dinámica, dirigida a los jóvenes, como siguiente paso se buscó el tipo de fuente, tamaño y ubicación adecuada a cada concepto o estilo del cartel, en las tres propuestas la familia tipográfica primaria fue de “palo seco” para evitar darle una connotación de antigüedad al diseño generado comunmente por aquellas tipografías con patínes. La legibilidad es tema primordial en los diseños de carteles sobre todo en lo que corresponde al texto principal que viene a reforzar la ilustración para comunicar mejor el mensaje deseado. El texto secundario se recomienda sea en un tipo de letra sin patines, que no

FIGURA 5.16
CGTEXTURES
[Web en línea]
<http:///www.cgtextures.com/>
[Consulta: 24-02-2008]

TEXTURA VISUAL DE PIEL UTILIZADA PARA LA ELABORACIÓN DE LAS PRIMERAS COMPOSICIONES FORMALES DEL CARTEL

FIGURA 5.17
CGTEXTURES.
op. cit. [Consulta: 24-02-2008]

TEXTURA VISUAL DE CONCRETO UTILIZADA PARA LA ELABORACIÓN DE LAS PRIMERAS COMPOSICIONES FORMALES DEL CARTEL

FIGURA 5.18
CGTEXTURES.
op. cit. [Consulta: 24-02-2008]

TEXTURA VISUAL DE PAPEL UTILIZADA PARA LA ELABORACIÓN DE LAS PRIMERAS COMPOSICIONES FORMALES DEL CARTEL

sea scrip y no se presente en negritas, el contraste con el color del fondo debe ser controlado de tal forma que no lastimen o cansen la visión por la dificultad de leerlas, por lo tanto el tamaño, la forma y el color deben ser armónicos, pues se preveé que siempre será mucho mas texto secundario porque lleva las respuestas a las preguntas del ¿Cómo, cuando y donde? que se hace el receptor al ser atraído en primera instancia por la imagen y el texto primario del cartel.

Como en todas las composiciones gráficas es necesario trabajar un fondo, es el tercer paso en mi proceso creativo la definición de una textura a utilizar que refuerce la distinción de los elementos haciendo más agradable la plástica del cartel. Tales texturas se generan a través de colores planos, degradados e imágenes en mapas de bits que remitan rugosidad, suavidad, etc. También aproveché las ventajas que da la tecnología hoy día para “bajar de internet” una serie de texturas que me pudieran ser útiles en cuanto a forma y resolución en mis composiciónes. El fondo de las composiciones se reforzó con plecas semi-circulares para dar mayor efecto de movimiento o dinámica. En el caso de la propuesta defensiva las líneas del fondo se realizaron con la intención de simular un balón de voleibol para reforzar el mensaje.

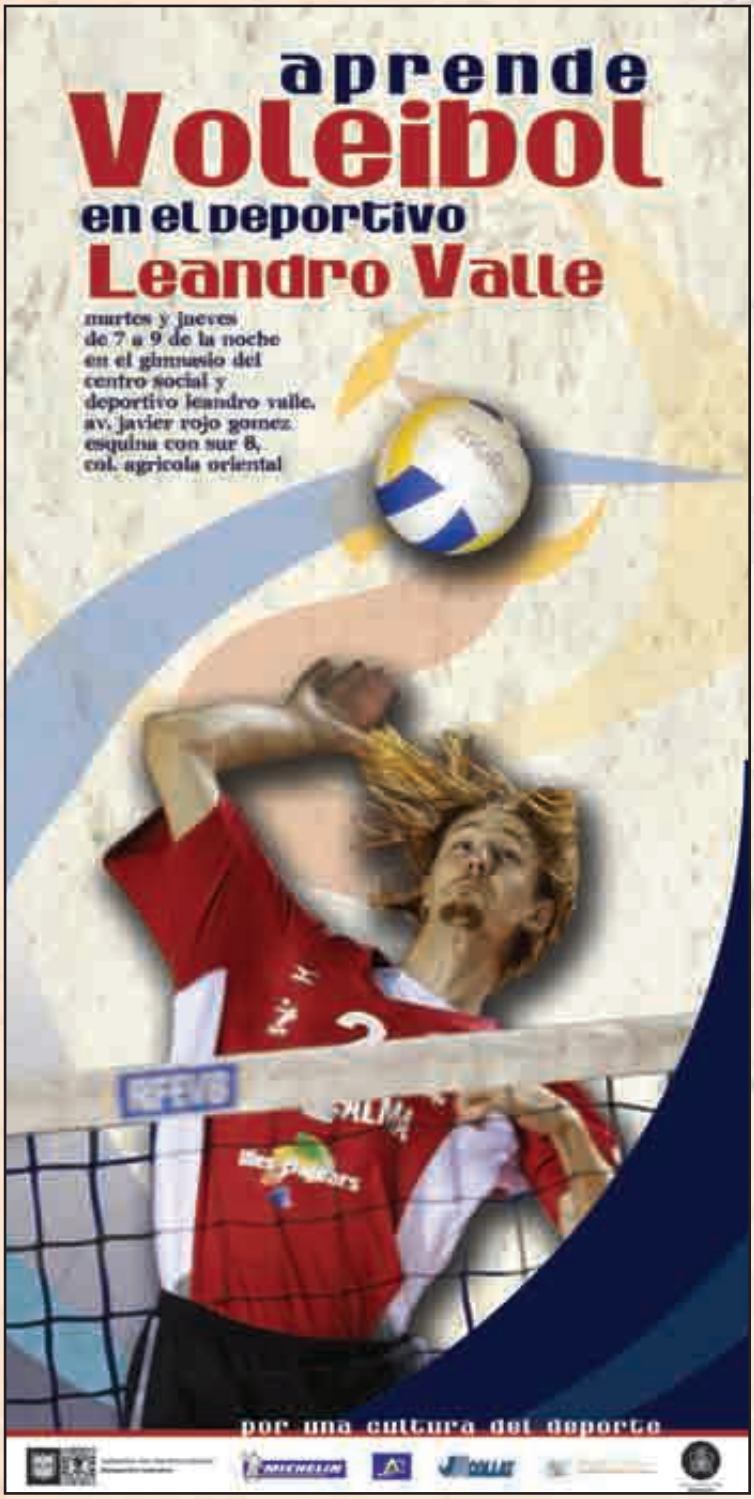
Al contar con los elementos básicos en la composición de los carteles proseguí a darle color al diseño y lograr en la integración reforzar el estilo e impacto, utilizando colores fríos, calidos y acromáticos, apoyándome en contrastes por colores complementarios, por matiz, en la colocación de colores fríos encima de cálidos y viceversa para lograr el acercamiento o alejamiento según el caso. Es importante señalar que en los tres casos se buscaron matices que por sus propiedades fueran agradables y persuasivos al ojo humano según la psicología de éste.

El último paso de esta primera etapa de realización del cartel fue la ubicación, tamaño, color y tipo de fondo de los logotipos de los patrocinadores y escudos de la Delegación Iztacalco.

Como regla, en todos los carteles de la Delegación Iztacalco, los logotipos y escudos deben aparecer en la base de los carteles sobrepuestos a una pleca blanca, uno en cada extremo, por lo tanto los logotipos de los patrocinadores se colocaran en la misma pleca entre los escudos y logotipos de la Delegación, se agregó la leyenda “POR UNA CULTURA DEL DEPORTE” arriba de los logotipos de los patrocinadores con el fin de acentuar su participación en el proyecto.

En esta primera etapa de elaboración prescindí de utilizar trazas armónicas para la colocación y justificación de los tamaños de los elementos en el plano, tan solo se contempló el rectángulo armónico $\sqrt{4}$ como base en el tamaño de éste. La disposición de los elementos se hizo avalada en mi experiencia visual para agilizar la presentación de las tres primeras propuestas a los patrocinadores, buscando generar composiciones equilibradas asimétricamente con la intención de provocar más interés en el espectador, es necesario aclarar que estos diseños de cartel interpretan de manera mas formal las ideas que se proyectaron desde el proceso de bocetaje y sirven para hacer un sondeo en el gusto del cliente, patrocinadores y en la medida de lo posible en el público familiarizado y ajeno al voleibol de sala.

FIGURA 5.19
(M.C.M.) 2008



PROPUESTA FORMAL DE CARTEL NÚMERO 1

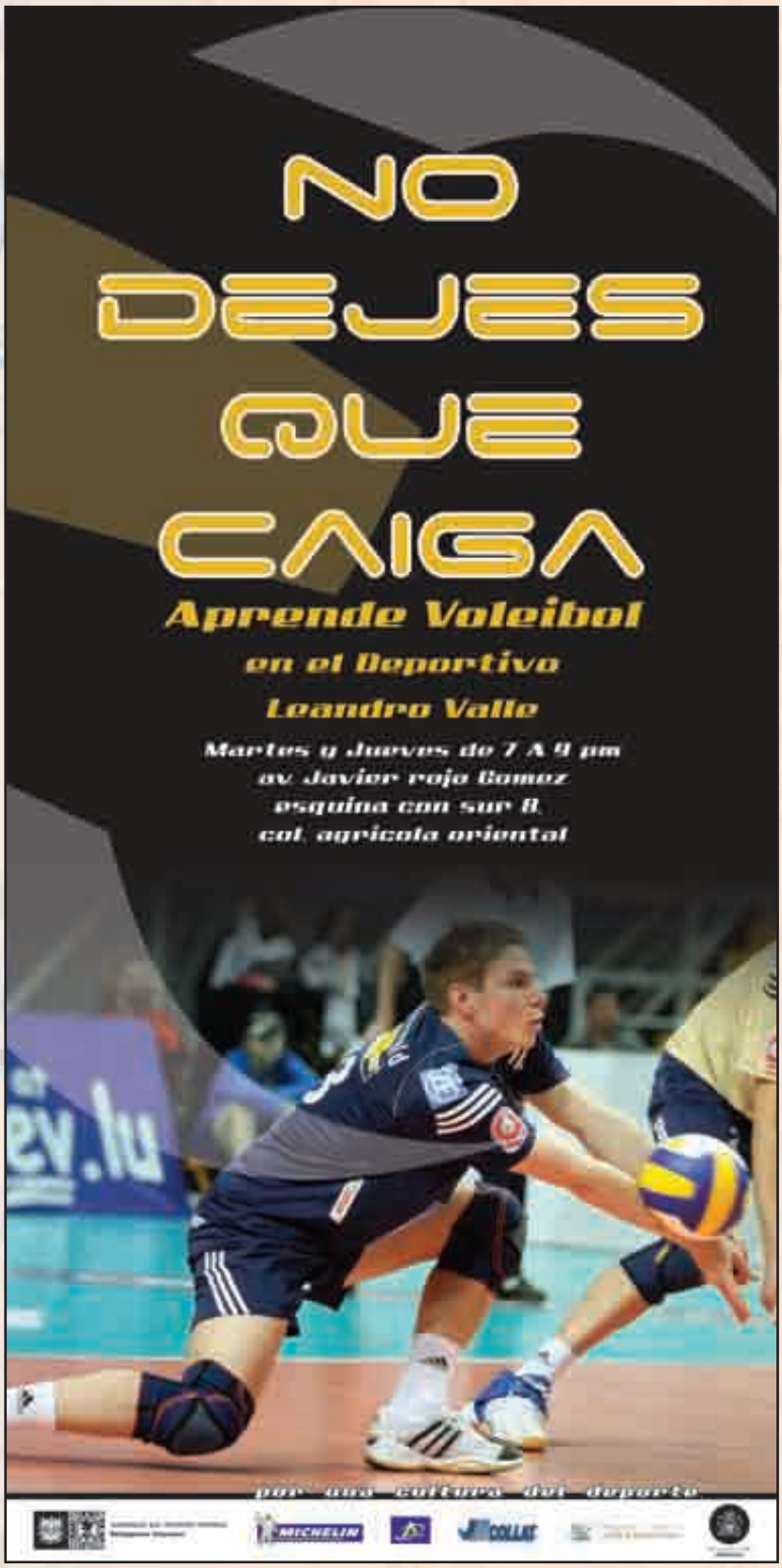
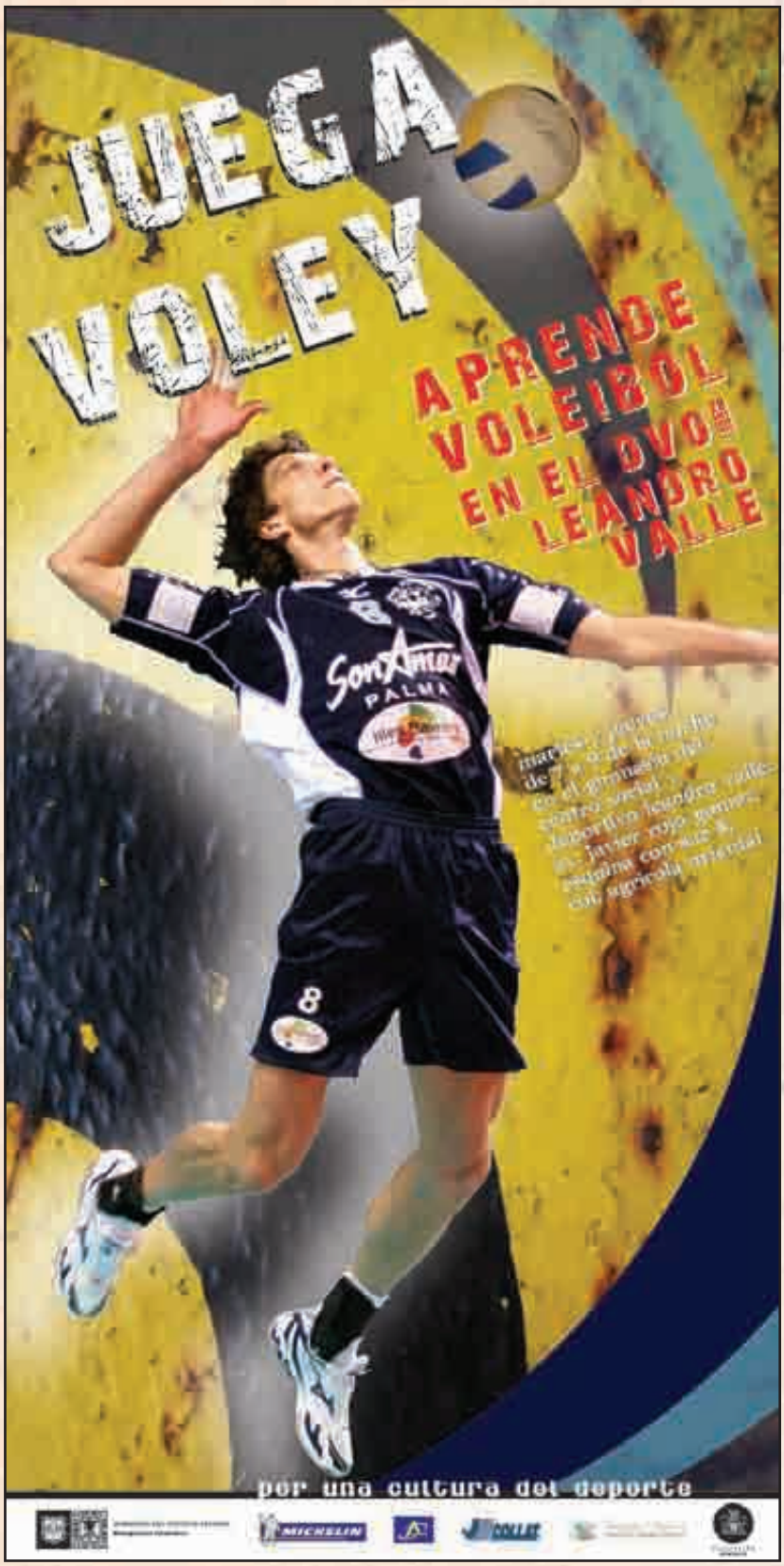


FIGURA 5.20
(M.C.M.) 2008

PROPUESTA FORMAL DE CARTEL NÚMERO 2

FIGURA 5.21
(M.C.M.) 2008



PROPUESTA FORMAL DE CARTEL NÚMERO 3

5.5 VALIDACIÓN DEL DISEÑO

Para darle validación al diseño hace falta mostrarlo a las partes involucradas que en su papel de clientes comenzarán a darle reconocimiento al trabajo realizado hasta el momento. Se presentaron las alternativas gráficas del diseño de cartel al directivo del Centro Social y Deportivo Leandro Valle y a las empresas patrocinadoras del proyecto, basicamente se les informó de las ventajas que tiene cada una de las propuestas para la difusión del voleibol de sala en el mencionado deportivo. De las tres propuestas se coincidió en trabajar sobre dos ideas; el movimiento defensivo (fildeo) y el movimiento ofensivo (remate) de cuerpo completo, por ser más directas e inusuales. Ambas composiciones cumplían con el objetivo de comunicar e impactar, se presentaban juveniles y por la disposición de sus elementos se notaba una diferencia en su ritmo, pues el cartel con el movimiento ofensivo presentaba más dinamismo, inherente al voleibol de sala, y no así el segundo que se visualizaba pasivo pero también remitía a la estabilidad necesaria en el juego. Para continuar con el proceso creativo y antes de presentar ambas propuestas mejoradas con diversas correcciones hubo que capturar imágenes de jugadores nacionales de voleibol, que coincidieran con las mostradas en ésta primera visita, con la intención de que el público pudiera identificarse con ellos.

5.5.1 COMPOSICIÓN CARTEL VOLEIBOL (movimiento defensivo)

FIGURAS 5.22
(M.C.M.) 2008

FOTOGRAFÍAS CAPTURADAS PARA LA REALIZACIÓN DEL CARTEL DEFENSIVO. (Las imágenes fueron modeladas y captadas por una cámara digital cibershot comercial)

Tomando en cuenta la primera presentación de esta idea se buscó fotografiar a un modelo que contará primeramente con el físico representativo del jugador de voleibol nacional a nivel amateur, que fuera joven y vistiera un uniforme de colores acromáticos para que se integrara más armónicamente a la composición. La toma de perfil se conservó por ser la que menos confusión creaba en su representación defensiva, por ejemplo; si la toma se hacía con el modelo de frente a la cámara llegaba a percibirse como una posición de portero de futbol soccer además de no apreciarse la técnica correcta del fildeo que fue una de las razones por las que agradó al cliente, patrocinadores y aficionados a este deporte.

Se realizó un efecto de barrido y destellos en la foto con la intención de proyectarle velocidad y dinámica a la imagen. Se viró en azul la duela de la fotografía para que no compitiera en atención con el color amarillo del texto principal y para que resaltara el jugador creandole un contexto hacerlo ver con frescura. Se retocó la fotografía original con el objetivo de omitir la gorra del jugador debido a que en el voleibol de sala no es permitido el uso de esta prenda.

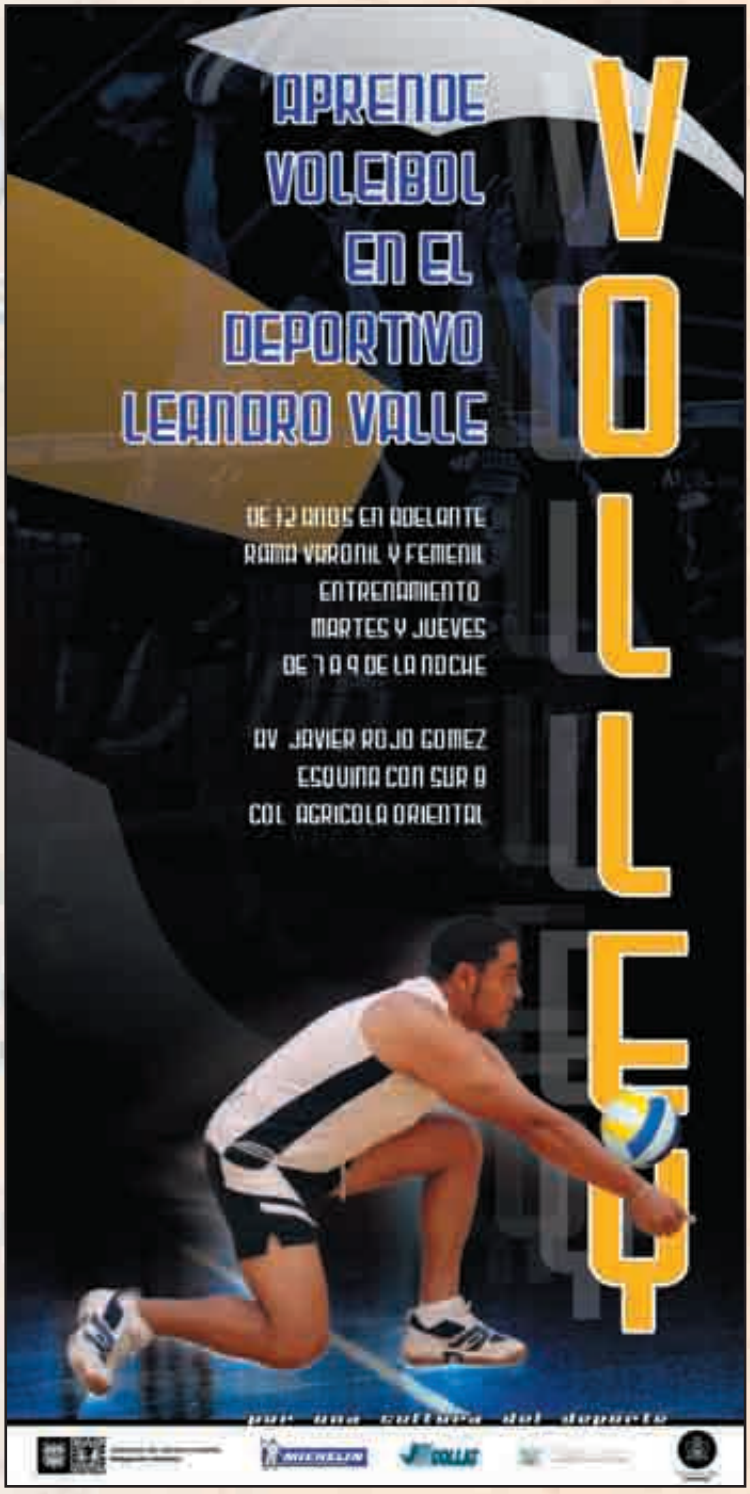
FIGURA 5.23
(M.C.M.) 2008

IMAGEN EN MAPA DE BITS DEL CARTEL DEFENSIVO. (Se muestra una fotografía con retoque y efectos para satisfacer las necesidades de la composición)

El título original de la propuesta formal que era “NO DEJES QUE CAIGA” se sustituyó debido a su ambigüedad que comunicaba en algunos casos la idea de un mensaje antidrogas, por lo tanto para hacer más directo el mensaje se optó por colocar como titulo o texto principal la palabra “VOLLEY” y de manera secundaria el texto de invitación a la práctica. Se conservó el fondo en color negro con las líneas curvas que sugieren un balón de voleibol para generar dinamismo y se agregó una fotografía que presenta a 3 jugadores de voleibol en una jugada ofensiva-defensiva, para reforzar el concepto de voleibol, virada en color azul con transparencia para que se siguiera notando el negro del fondo y así se continuara provocando el efecto de alejamiento y engrandecimiento de los colores fríos y cálidos respectivamente sobre el fondo, además de seguir proyectando profundidad y elegancia a la composición.

La tipografía se cambió con respecto a la propuesta antes presentada por una de tipo condensada debido al tamaño y ubicación que se le dio al texto primario, tales características surgieron de la necesidad de generar una atracción mayor del cartel aprovechando la forma rectangular del plano, al reducir el texto principal, en cuanto a letras se refiere, permitía una lectura vertical de manera rápida, se agregaba con esto y por su ubicación en el extremo derecho del plano una tensión que arrojaba como resultado una composición más impactante. Esta fuente al no presentar patines y un redondeo en sus vértices sumado al estiramiento vertical se integraba de manera armónica al todo de la composición. En el caso del texto primario se le agregó un filete de color blanco que acentuó la forma de la fuente proyectando con esto una composición menos conservadora, de un estilo moderno, esta misma palabra proyectada tres veces hacia atrás y perdiéndose de manera gradual con el fondo y siguiendo el punto de fuga de la duela se hizo para darle más profundidad a la composición, todo el texto primario se colocó detrás de la fotografía del jugador para dividir los planos y obtener con la posición del balón y brazos un punto de atracción.

FIGURA 5.24
(M.C.M.) 2008



COMPOSICIÓN FINAL DEL CARTEL "DEFENSIVO" DE VOLEIBOL

El texto secundario conservó el filete de color blanco por la misma razón que el primario pero además para que se distinguiera de mejor forma del fondo, el texto que contiene los datos específicos se coloco por debajo del secundario por la importancia y en color blanco, sin filete, para tener una lectura menos cansada del mismo. El tamaño y ubicación de los textos secundarios y terciarios se hizo para darle un equilibrio con respecto al primario, ayudado por las líneas que emulan un balón, la lectura de estos textos se buscaba que fuera de cerca, después de ser atraídos por la imagen y leído el texto primario a distancia.

Los colores presentados en la composición con una preponderancia del negro se hicieron con la intención de proyectar distinción, que se refuerza con la formalidad y trazos del uniforme del jugador, hace ver al deporte del voleibol de sala como serio y disciplinado, las líneas que representan un balón y el tipo de letra utilizado refuerzan el concepto moderno, el modelo utilizado en la fotografía nos dice que es un deporte que te mantiene en buena forma y su juventud proyecta vitalidad que es lo que se pretende obtener del voleibol de sala, el contraste que se da por temperatura de color es para generar la atracción del receptor, el contraste que se presenta por tamaño y posición de los elementos que componen el cartel es con la finalidad de tener una lectura de arriba hacia abajo para terminar en una imagen que muestra un fildeo y con esto guiar al receptor hacia una nueva lectura de los textos complementarios que se dará igualmente de arriba hacia abajo, solo hasta el momento de acercarse al cartel, terminando nuevamente en la fotografía dando conclusión con la lectura de la leyenda y los patrocinadores.

En esta composición se aplicó una retícula generada por medio de subdivisiones áureas sobre el rectángulo armónico raíz de 4 que es el formato del tamaño del cartel. Tal retícula se produjo con el objetivo de proporcionar una estructura que soporte a la composición, pues aunque en una primera etapa se prescindió de ésta por las razones antes expuestas, considero que este momento es el idóneo para su aplicación pues reforzará el orden, ritmo y la armonía del cartel.

5.5.2 COMPOSICIÓN CARTEL VOLEIBOL (movimiento ofensivo)

FIGURAS 5.25
(M.C.M.) 2008

La captura de esta imagen tuvo variantes, pues se buscaba obtener una fotografía de remate que se acoplara a los espacios de la composición original. La línea de cualidades fue la misma que el cartel defensivo, con la diferencia que esta idea proyectaba más dinamismo y un estilo libre por la textura, el tipo de letra y posición de los elementos empleados.

La imagen mostrada primeramente al cliente y patrocinadores creaba una confusión de lectura, por su ropa del modelo y la posición de los brazos daba la impresión de ser jugador de fútbol soccer por lo tanto se decidió trabajar con una fotografía que no creara las ambigüedades antes descritas.

Como una posición de remate con el estiramiento y curvatura del cuerpo correcto tiende mucho a confundirse visualmente con una atajada de fútbol soccer se optó por reforzar la composición con otro elemento; la red de voleibol de sala.

La fotografía que reunía las cualidades necesarias se logro con la captura de un jugador de tez morena, vestido sin uniforme, provisto de protecciones para los tobillos y rodillas, mostrando una cabellera rizada y pronunciada, con todo lo anterior se proyectaba una imagen juvenil, libre, directa y fácil de entender.

SERIE DE FOTOGRAFÍAS TOMADAS CON UNA CÁMARA CIBERSHOT COMERCIAL. (Notese la dificultad para congelar el movimiento)

Se seleccionaron dos fotografías del mismo modelo, presentando diferente posición en el remate, debido a que las imagenes se muestran muy atractivas debido a la tension generada por la curvatura del cuerpo en el aire, por lo tanto se darán dos soluciones semejantes al diseño del cartel ofensivo con la intensión de llegar a la mejor desición posible. La toma de la fotografìa requerida se hizo en contra-picada para acentuar el efecto del brinco y se congelo la imagen para leer mejor la forma del mismo además de provocar el efecto de flotación que se da momento antes de impactar el balón de voleibol, fue de perfil para entender fácilmente la posición y no se mostró claramente el rostro del modelo para evitar darle preponderancia a un jugador pues al no identificarlo se abarcar mayor número de personas capaces de empatizar con el deporte a través de la posición

FIGURAS 5.26
(M.C.M.) 2008

SERIE DE FOTOGRAFÍAS TOMADAS CON UNA CÁMARA REFLEX 35mm TRADICIONAL.

del modelo y no de su persona. La ropa del jugador fue coloreada, en ambas fotografías seleccionadas, de tal forma que no pudiera remitir a ningún equipo de fútbol soccer de primera división nacional, evitando con ésto una dificil asociación de los elementos.

En la silueta del modelo se le añadió un efecto de sombra reventada con líneas anguladas para generar un efecto explosivo, además de integrarse con la textura rugosa del fondo y a la vez permitir una visualización más clara del sujeto por provocar un contraste por forma. El mismo tratamiento se le dio al balón de voleibol y en conjunto se logra resaltar la imagen del cartel pues la fotografía deja de ser banal al añadirle efectos justificados, es necesario reiterar que el tratamiento antes señalado se le dió a las 2 imágenes seleccionadas.

El texto principal “JUEGA VOLEY” se cambio por “VEN A JUGAR VOLEIBOL” para ser más directo en el mensaje, se conservo la especificación en el texto secundario “APRENDE VOLEIBOL EN EL DEPORTIVO LEANDRO VALLE” que es el encargado de definir la actividad a realizar, si bien el texto primario invita a jugar y el secundario a aprender se hizo con la finalidad de dar un mensaje relajado, sin compromiso, que enganchara de primera instancia a el público joven, aunque finalmente el objetivo es aprender, como lo manifiesta el texto secundario, también existen tiempos de juego en el entrenamiento. El texto terciario incluye la información refeferente a los horarios de entrenamiento y dirección del Deportivo Leandro Valle, también con un acabado tipográfico deslavado para equilibrarse con el texto secundario. En cuanto al tipo de letra no hubo alteración, siguió siendo una fuente palo seco deslavada en el texto secundario y terciario la que mejor se integró al contenido del cartel; proyectaba libertad, frescura y por su ubicación en diagonal un dinamismo muy atractivo, se manejaron las fuentes solo en altas para generar mayor contraste con los elementos de líneas curvas y presentar una lectura más rápida. El tratamiento que se le dio al titulo logra dar un contraste de tamaño y textura por utilizar la tipografía sin efecto de difuminado, dando prioridad a la palabra “VOLEIBOL” y se logra equilibrar con la línea que se desprende su letra “V” y pasa por debajo de la palabra “VEN”, aprovechando que el ojo del ser humano

en Occidente esta habituado a leer de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo se obtiene un resultado practico y atractivo en lo que se refiere al texto primario.

Como una forma de enfatizar el texto principal se busco colocar el balón de voleibol al final de la palabra “JUEGA” y la mano izquierda del jugador al principio de la palabra voleibol y con la línea que se desprende de la palabra “V” se crea una ruta imaginaría que debe seguir el brazo del jugador para impactar el balón. Por la inclinación del titulo del cartel se crea la ilusión de que el texto se eleva junto con el rematador y lo mismo ocurre con los textos secundarios y terciarios, esto le imprime a la composición bastante dinamismo sin afectar la facilidad de lectura.

La textura se reflejó verticalmente porque el medio circulo de color negro que presentaba generaba una retención del jugador por estar en sentido contrario de su dirección de salto, logrando con esto generar una curva ascendente que va decreciendo conforme corta el color azul del resto de la textura. El color amarillo predominante de la textura presentada en una primera instancia se sustituyó por provocar repulsión visual, pues aunque impactaba era poco atractivo para el todo de la composición, el color azul que lo sustituyó también resulto ser impactante pero sobre todo agradable por la frescura que representa, el circulo color negro que oríginalmente mostraba se invirtió a blanco para que al combinarse con el color azul transmitiera la sensación de limpieza. A esta textura del fondo se le añadieron plecas o líneas curvas que reforzaban la intención de crear una composición dinámica y fueron colocadas en el plano de manera que sugirieran el movimiento de los pies del jugador en el salto y la línea curva que crea el cuerpo momento antes de impactar el balón.

El elemento extra que se incluyo para reforzar el concepto de voleibol fue una red que se ocupa en este deporte, el tratamiento ilustrativo que se le dio a esta fue de manchas yuxtapuestas para que tuviera mayor peso visual, en relación a una fotografía 100% figurativa, con esto además se integraba mejor al concepto de juventud y frescura que se intenta transmita el cartel para capturar la atención de este sector, con el desvanecido hacia el fondo se genera una separación de planos obteniendo así profundidad en el diseño.

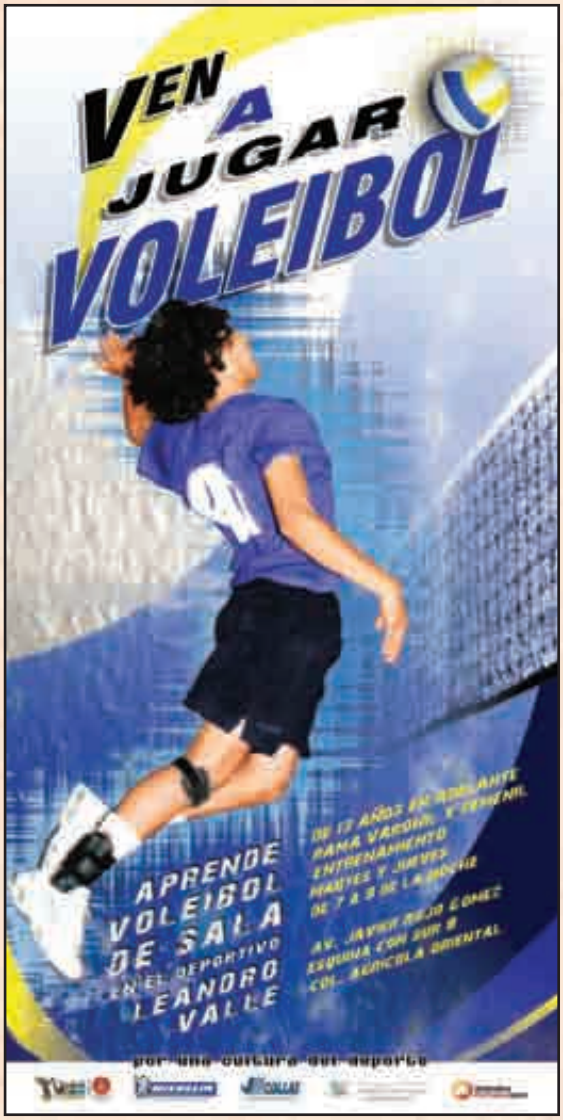
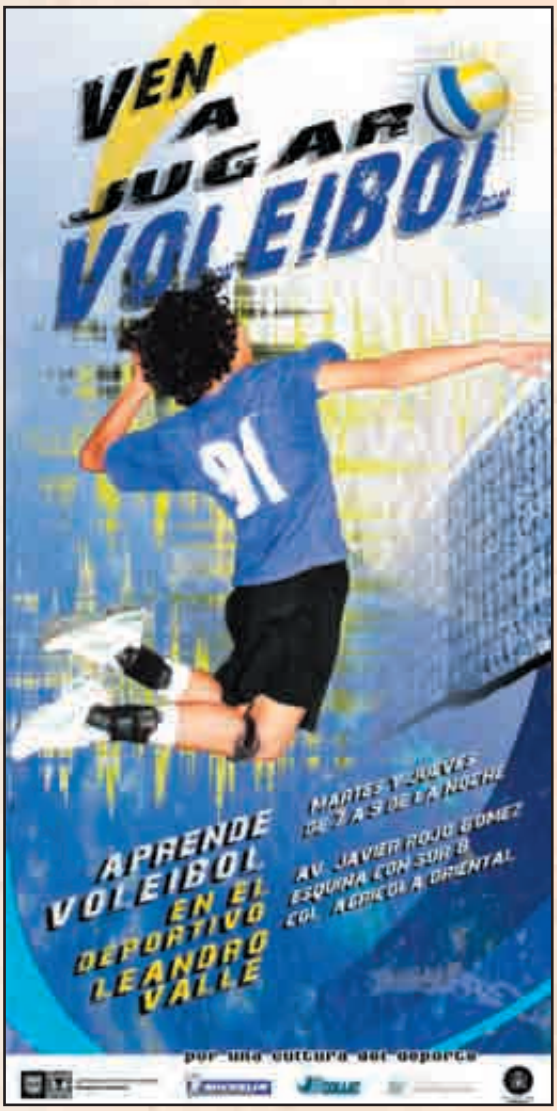


FIGURA 5.27
(M.C.M.) 2008

COMPOSICIÓN FINAL DEL CARTEL “OFENSIVO 1” DE VOLEIBOL

FIGURA 5.28
(M.C.M.) 2008



COMPOSICIÓN FINAL DEL CARTEL "OFENSIVO 2" DE VOLEIBOL

El color predominante en el cartel es el azul, de connotación frío y fresco, logra transmitir una sensación de alejamiento creando un contraste agradable con los colores cálidos, en este caso el amarillo y los tonos rojizos de la piel del modelo, su propiedad hace que sea muy armónico cuando se ocupa como fondo. El color del texto presenta también un tratamiento de contraste por temperatura, más un contraste por acromáticos, y en los tipos de mayor tamaño existe un contraste por tono para que conserve su atracción por tamaño. Es fundamental para el impacto del cartel, en esta composición, la inclinación que sufren los textos, pues le imprime un efecto visual de velocidad y elevación. La textura visual del fondo representa, por su rugosidad y emulación a cemento, el estilo callejero que en la actualidad logra atraer más al publico joven que se identifica con el asfalto de la ciudad. La lectura que se aprecia del jugador saltando de izquierda a derecha es con la intención de proyectar una lectura clara de este movimiento ya que en nuestra cultura este es el sentido que sigue el ojo humano al leer y por lo tanto codifica más fácilmente un movimiento ascendente si este se presenta comenzando de izquierda a derecha.

Es necesario señalar que en la composición del cartel "ofensivo 2" el tipo de letra de todos los textos es de estilo deslavado o emborronado, sin referirnos a la tipografía del slogan ubicado arriba de los logotipos patrocinadores.

La lectura gráfica en estas dos composiciones resulta ser más digerible respecto a la propuesta "defensiva", pues comienza por la imagen que atrae gracias al color amarillo sobre el fondo azul, seguida por la fotografía de un jugador representando el movimiento más famoso del voleibol siendo a la vez reforzado por la red y el balón, seguido de un texto muy directo que se realza por su ubicación en el plano, por el tamaño, por el color y por la forma. La codificación del título lleva a observar el detalle del jugador que parece seguir la dirección del texto con la finalidad de golpear el balón justo después de leer la palabra VOLEIBOL. La curvatura del cuerpo del modelo y los trazos curvos del fondo encierran la información complementaria logrando así llamar la atención, además de dar un mensaje de libramiento de un obstáculo que en determinado momento puede representar la disciplina pero que se supera con un salto. La composición es fresca, dinámica y de fácil lectura pues no se observa una saturación de elementos que lleguen a competir por el espacio, presenta soltura por el tratamiento tipográfico sin demeritar el aspecto legible.

5.5.3 ACEPTACIÓN DEL DISEÑO O VISTO BUENO.

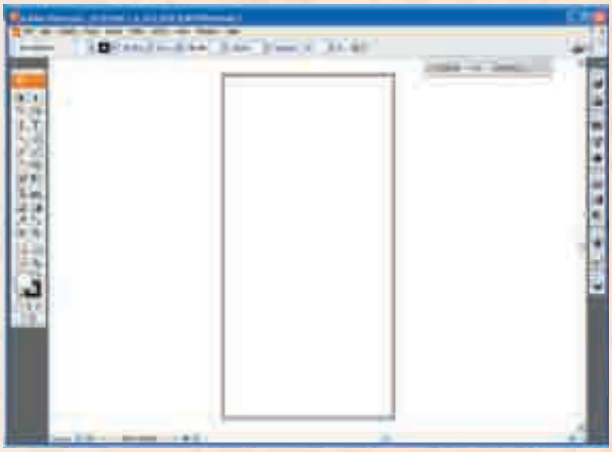
De las tres propuestas presentadas en la primera etapa, se seleccionaron dos para corregir y mejorar en esta segunda fase del proceso de elaboración y como ya lo mencionamos, de la propuesta de cartel “ofensivo” (remate) seleccione dos fotografías las cuales integré en la composición sin variar significativamente ningún elemento restante del cartel. Estas tres propuestas se presentaron al cliente y a los patrocinadores y se obtuvo un consenso favorable al diseño que muestra una posición de voleibol ofensiva con la fotografía que muestra al jugador en una posición extendida (figura 5.27) porque logra representar mas rápidamente, visto a una distancia lejana, el concepto de voleibol, además de proyectar dinamismo, juventud y energía, dando un mensaje más conciso con el todo de sus elementos que resultaron lo bastante funcionales y estéticos. Esto nos deja claro que a pesar de que la fotografía que captura un remate más potente como en el caso de la variante “ofensivo 2” no resulta ser clara para la pragmática del receptor, pues no siempre el extremo de cualquier concepto gráfico es benéfico en la composición.

El Prof. Rogelio López, Director de Centros Sociales de la Delegación Iztacalo, quien en el presente proyecto es el Cliente, se apoyó en su decisión de elegir el diseño de cartel con el Prof. Pedro del Valle, entrenador de voleibol de sala del Deportivo Leandro Valle, ambos quedaron muy satisfechos con su elección y ansiosos de ver la impresión final para su exhibición. Es necesario señalar que, sin ser la intención, la propuesta elegida logró ser muy afín al concepto de la empresa Michelin por sus colores azul, amarillo y negro, que son los institucionales y por lo tanto fue un extra en el gusto por este diseño para los representantes de Grupo Collat. La empresa empresa Servicios y Sistemas Impresos, S.A. de C.V. vió con agrado el diseño del cartel, el tratamiento y ubicación de su Logotipo y aconsejó se cuidara la impresión final del mismo, pues la calidad final sería parte de su presentación como impresores.

5.5.4 TÉCNICA DE ELABORACIÓN DEL DISEÑO DE CARTEL ACEPTADO.

Al saber la forma correcta de mi plano donde proyectaría mi diseño elegí un programa de manejo de vectores y mapa de bits adecuado para su desarrollo. Comunmente en el area laboral se utilizan 3 Softwares más enfocados al manejo de vectores; Corel Draw, Freehand e ILLUSTRATOR, debido a que mi diseño también necesitaba el apoyo en un programa de mapa de bits como el Photoshop, Photopaint o Fireworks, concluí manejar mi diseño en ILLUSTRATOR y PHOTOSHOP por la máxima compatibilidad, calidad, fluidez y diversidad de herramientas que tienen uno con respecto al otro, resultado de pertenecer a la familia ADOBE, y que todo lo anterior disminuye al combinar otro programa de vectores con el más práctico de los programas manipuladores de imagenes que es el PHOTOSHOP.

FIGURA 5.29 (M.C.M.) 2009



MESA DE TRABAJO DEL CARTEL EN ILLUSTRATOR

Comence por dar el tamaño de impresión final a mi hoja de trabajo (84x42cm) más 5mm por cada lado para el revase de impresión y las guias de corte en ILLUSTRATOR, apoyandome del manejo de LAYERS o CAPAS. El tamaño final del cartel no fue de 90x45cm como originalmente se planteo, debido al costo de impresión que se disparaba por las medidas y el desperdicio de papel couche al no ser ésta una medida comercial o común, sin embargo se logró ajustar proporcionalmente a 84x42cm sin afectar económicamente la realización del cartel ni su lado estético.

FIGURA 5.30
(M.C.M.) 2008

DETALLE DE GUIAS DE REGISTRO Y REVASE DE IMPRESIÓN

Teniendo delimitado mi espacio de trabajo, el siguiente paso fue el trabajo de las imagenes de mapa de bits en PHOTOSHOP. Comence por digitalizar la fotografía seleccionada del jugador con un scanner, de un tamaño oríginal de de 10 x 15cm a una escala del 200% y 400 dpi en formato jpg para lograr con todo lo anterior la obtención de una imagen con buena resolución para el tamaño a ocupar. La fotografía se obtuvo de una camara reflex NIKON Mod. FM10, un rollo de pelicula de color ASA 100 de 35mm, a una velocidad de obturación de 125/s y un diafragma de 8, se utilizo flash para congelar el movimiento del jugador en el partido.

Teniendo digitalizada la fotografía del jugador procedí a separar al modelo del fondo o contexto a través de una mascarilla generada por PATHS, después por medio de filtros se corrigió el color, contraste y definición, por ultimo se reflejo la imagen para acoplarla a las necesidades de la composición.

FIGURA 5.31
(M.C.M.) 2008

FOTOGRAFÍA ORIGINAL DEL JUGADOR PARA EL CARTEL "OFENSIVO 2" DE VOLEIBOL

FIGURA 5.32
(M.C.M.) 2008

FOTOGRAFÍA DEL JUGADOR LIMPIA Y CORREGIDA PARA EL CARTEL "OFENSIVO 2" DE VOLEIBOL

El efecto de explosión del jugador fue generado a partir de un duplicado la figura limpia del modelo, se hizo un virado de la imagen a color azul y se aplicó un filtro de distorsión.

El balón de voleibol tuvo un trabajo similar a la figura principal, se le dió el mismo efecto de distorsión a un duplicado de capa pero sin alterar su color original, a la capa o layer del balón se le dio un efecto de sombra paralela para generar una separación del texto principal y a la vez profundidad. La fotografía original del balón fue generada con una camara digital CIBER SHOT W-80.

Referente a la red de voleibol se comenzo el trabajo digital por el corte y limpieza de la misma en su versión original, posteriormente se le agregó un filtro de craquelado para abstraer la figura y darle mayor peso visual, enseguida se viró al color azul para que armonizara en la composición. Teniendo el acabado deseado procedí a duplicar capas de la red para poder fotomontar una mas grande y por último ajusté la perspectiva de la misma en relación a la fotografía original del jugador rematando, logrando con ésto conservar el punto de fuga en la visualización de los elementos. La fotografía original de la red fue generada con una camara digital CIBER SHOT W-80.

FIGURA 5.33
(M.C.M.) 2008

EFECTO DE EXPLOSIÓN UTILIZADO PARA EL FONDO DEL JUGADOR

FIGURA 5.34
(M.C.M.) 2008

EFECTO DE EXPLOSIÓN EN EL BALON

FIGURA 5.35
(M.C.M.) 2008

EFECTO DE ALEJAMIENTO EN EL BALÓN

FIGURA 5.36
(M.C.M.) 2008

DETALLE DE FOTOGRAFÍA UTILIZADA PARA OBTENER LA RED EN EL CARTEL

FIGURA 5.37
(M.C.M.) 2008

RED MODIFICADA PARA EL CARTEL

FIGURA 5.38
CGTEXTURES. *op. cit.* [Consulta: 24-02-2008]

TEXTURA ORIGINAL OBTENIDA DE INTERNET

Como último elemento a procesar fue el fondo del cartel, en este caso la textura, basado en una imagen obtenida de internet, se realizó un ajuste de color, posición, tamaño, reflejo y transparencia. Lo más notable fue invertir sus colores reales para obtener los tonos azules requeridos en la composición.

Es necesario mencionar que en todas las fotografías se realizó un trabajo de limpieza de la imagen, ajustando los colores y contraste según lo requerido. Todas las imagenes se trabajaron a 300 dpi en formato psd y en modo RGB para tener acceso a todos los filtros que tiene el programa. Antes de mandar el cartel a la filmadora o salida a negativos, las imagenes se cambiaron a formato jpg en modo CMYK, conservando los 300 dpi, para permitir un peso práctico del archivo, calidad de colores y definición de imagenes.

FIGURA 5.39
(M.C.M.) 2008

TEXTURA UTILIZADA EN EL CARTEL FINAL DE VOLEIBOL

Depués de trabajar todas las imágenes de mapa de bits en PHOTOSHOP retomo mi archivo de trabajo en ILLUSTRATOR para comenzar a conjuntar mis elementos apoyado en una retícula áurea aplicada sobre un rectángulo armónico √4, (rectángulo generado por la suma de dos cuadrados), que es el formato del plano o tamaño del cartel. Tal traza áurea permite una estructuración justificada de los objetos en la composición para obtener un resultado armónico.

RETÍCULA

Con las herramientas que nos ofrece ILLUSTRATOR es mas sencillo trazar una retícula basada en un rectángulo áureo, la base para realizarlo fue el dibujo de dos cuadrado; uno de 1cm por lado y otro de 1 x .618cm, los uno por el lado que mide 1cm y agrupados obtengo un rectangulo de oro de 1 x 1.618 cm, de tal forma que ya tengo mi plantilla para la creación de mi retícula áurea.

Teniendo mi retícula áurea en base a un rectangulo armónico √4 procedo a proyectar líneas auxiliares que servirán como soporte para todos los elementos del cartel.

TIPOGRAFÍA

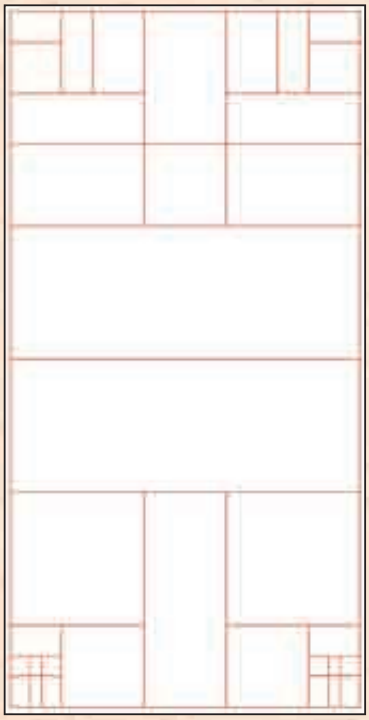
Definido el tamaño del espacio de trabajo, las imagenes en mapa de bits y la estructura que dará soporte a la composición, lo siguiente es definir el tipo de letra que se integre mejor al todo del cartel. Es sabido que las tipografías se dividen en tres principales grupos; las romanicas o con patines, las de palo seco y las scrip. De estos grupos se desprenden variantes en base al tratamiento o alteración que se les dé para hacerlas ver más atractivas, impactantes, originales, etc. Como ya se hizo un boceto previo a la composición final, es mas sencillo elegir el tipo de letra a utilizar. Ocupo un tipo de letra de palo seco para el texto primario y secundario, manejado en altas y con un efecto de deslavado. La tipografía referente a los patrocinadores es también de palo seco pero mas angulada para demostrar mayor seriedad, no se difuminó y se ocupó en bajas para que tuviera un contraste con la fuente primaria y secundaria.

En ILLUSTRATOR se generaron, aparte de los textos, los logotipos de los patrocinadores, las plecas curvas con su transparencia y el efecto de la textura y la red de voleibol. En el momento de integrar los elementos de vectores con mapa de bits fuí generando diversos acomodos de texto primario y secundario, así como diferentes combinaciones de colores de los objetos auxiliares sin salirme de la idea original. Todos las variantes de color, forma y ubicación de los elementos fueron soportados estructuralmente en la retícula áurea y sus trazos auxiliares.

Concluidas las variantes del cartel se optó por seleccionar la composición que reuniera la mayor cantidad de cualidades en sus elementos morfológicos para una mejor comunicación del mensaje, siendo la figura 5.48 la elegida.

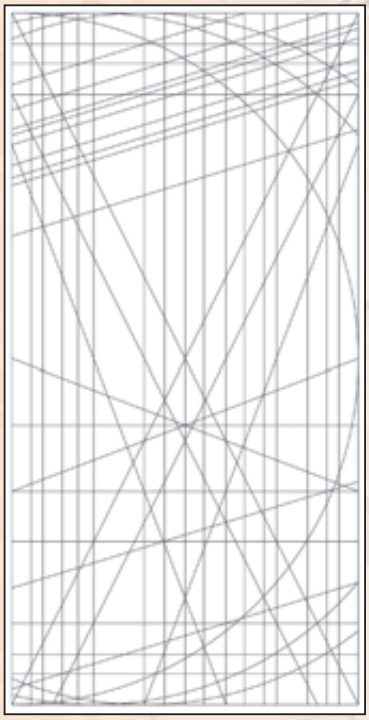
El siguiente paso fue la preparación del archivo para preprensa o salida a negativos.

FIGURA 5.40
(M.C.M.) 2008



RETÍCULA ÁUREA

FIGURA 5.41
(M.C.M.) 2008



TRAZOS AUXILIARES EN BASE A RETÍCULA ÁUREA

FIGURAS 5.42
Clark, John. Diseño Tipográfico. Parramon. Barcelona, España. 1998

DIVERSOS TRATAMIENTOS TIPOGRÁFICOS

FIGURA 5.43 (M.C.M.) 2008

CARTEL SIN ELEMENTOS DE VECTORES

FIGURA 5.44 (M.C.M.) 2008

CARTEL CON ELEMENTOS DE VECTORES

FIGURA 5.45 (M.C.M.) 2008

VARIANTE EN LA TIPOGRAFÍA Y UBICACIÓN DE TEXTOS DEL DISEÑO DE CARTEL DE VOLEIBOL DE SALA

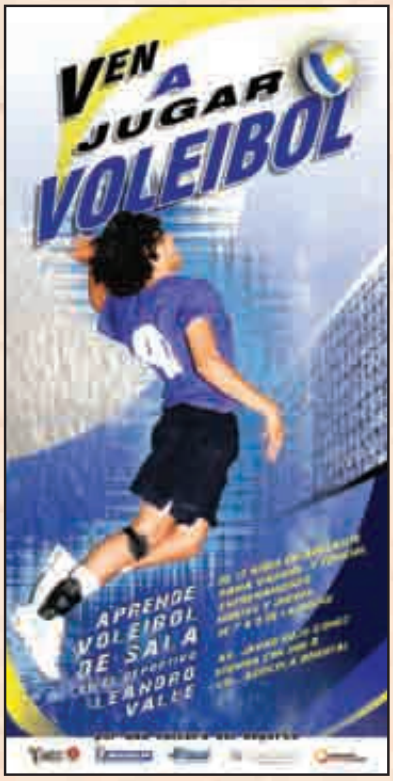
FIGURA 5.46 (M.C.M.) 2008

VARIANTE EN LAS PLECAS DEL DISEÑO DE CARTEL DE VOLEIBOL DE SALA

FIGURA 5.47 (M.C.M.) 2008

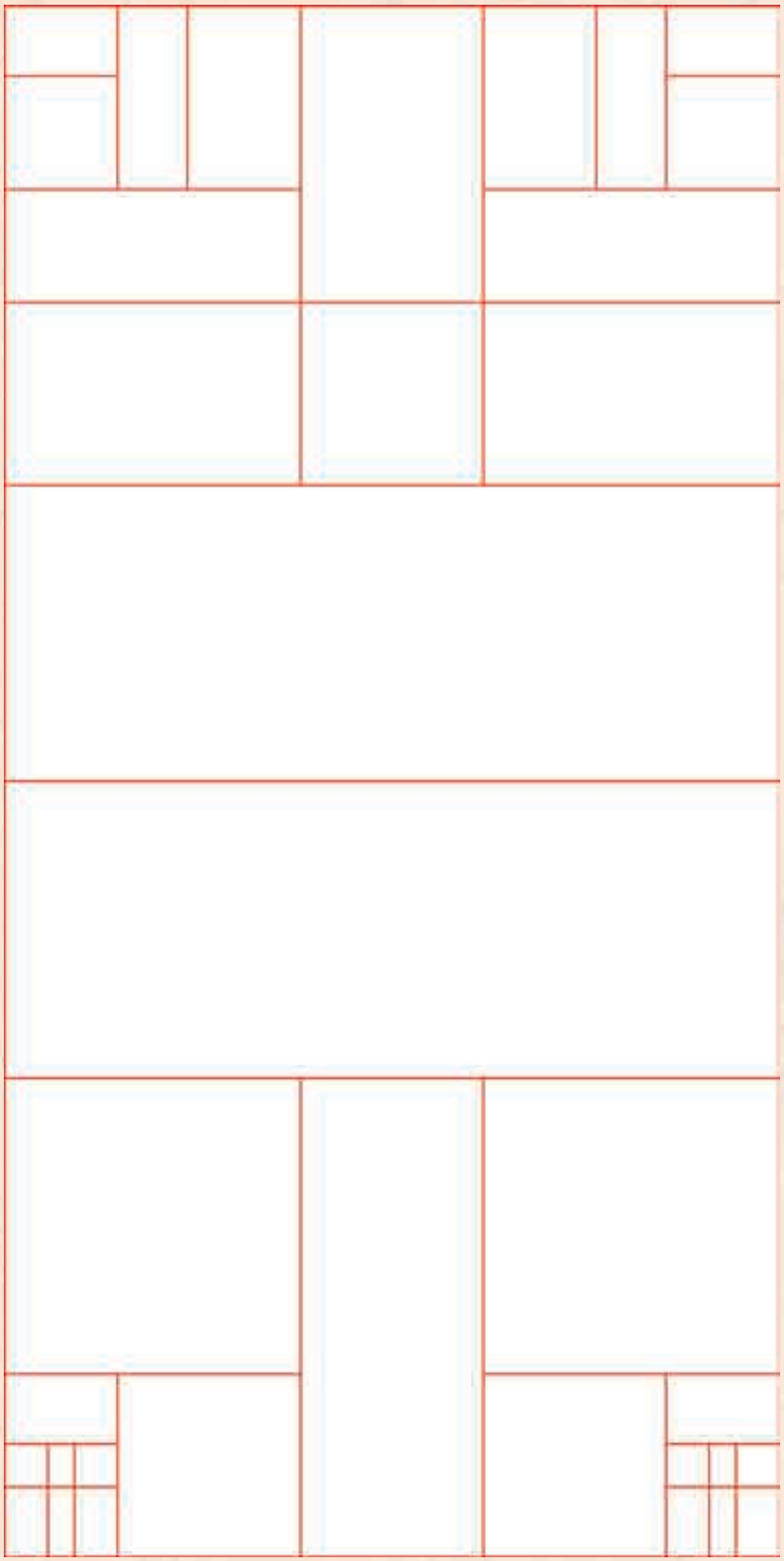
VARIANTE EN LAS PLECAS, TAMAÑO Y COLOR DE TEXTOS DEL DISEÑO DE CARTEL DE VOLEIBOL DE SALA

FIGURA 5.48 (M.C.M.) 2008



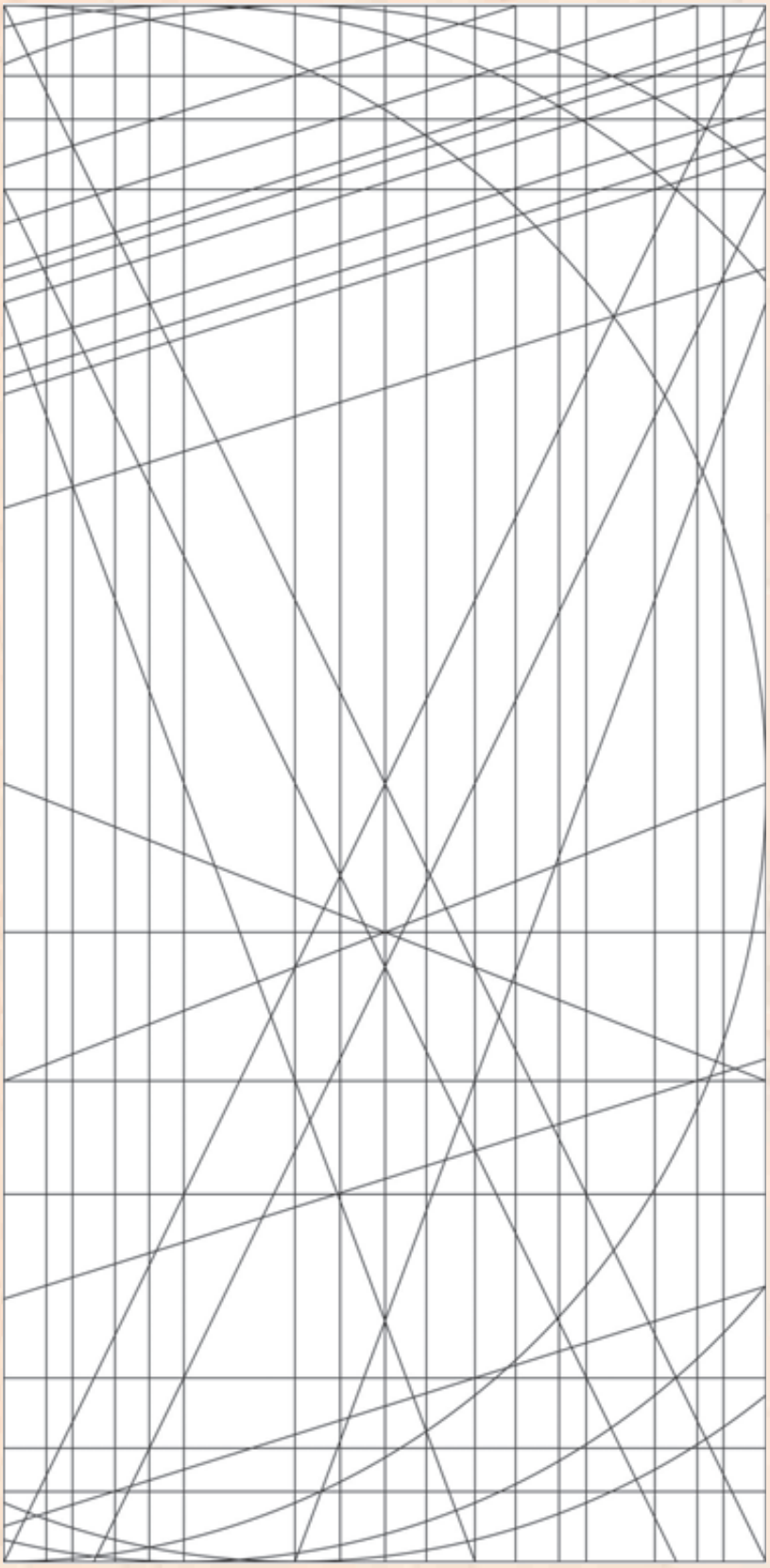
VARIANTE EN LAS PLECAS, TAMAÑO, UBICACIÓN Y COLOR DE TEXTOS DEL DISEÑO DE CARTEL DE VOLEIBOL DE SALA

FIGURA 5.49
(M.C.M.) 2008



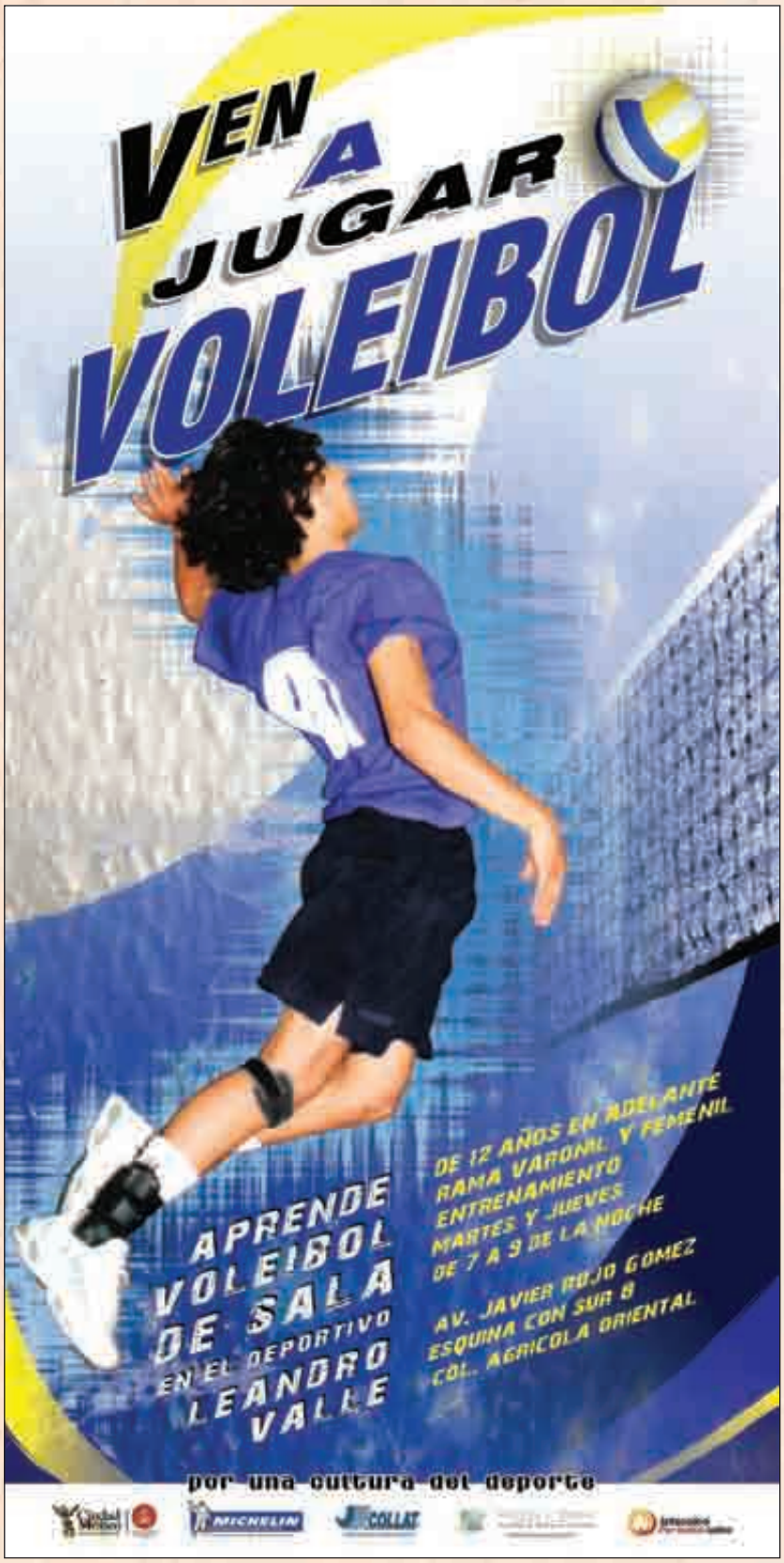
TRAZA ÁUREA DEL CARTEL

FIGURA 5.50
(M.C.M.) 2008



LINEAS AUXILIARES GENERADAS DE LA TRAZA ÁUREA DEL CARTEL

FIGURA 5.51
(M.C.M.) 2008



DISEÑO OK CARTEL VOLEIBOL "OFENSIVO 2"

5.6 PREPARACIÓN DE DOCUMENTOS PARA PRODUCCIÓN

FIGURA 5.52
(M.C.M.) 2008

MÁQUINA DE OFFSET DE 2 COLORES (90 X 60 cm)

El primer problema a resolver en ésta parte del proceso para la realización del diseño de cartel es la impresión, es parte fundamental en la calidad final del mismo, no basta con la creación de una composición atractiva y funcional si el medio de reproducción impresa no es elegido adecuadamente. Considerando las medidas de un cartel que van de los 60 x 30cm hasta los espectaculares de 4 x 8m, las cantidades (necesitamos 500 carteles), el tiempo de impresión y la superficie a imprimir, debemos elegir en este caso el medio adecuado que satisfaga nuestras necesidades de forma total sin dejar de lado el precio por la reproducción. Tomando en cuenta todo lo anterior es el OFSSET el sistema de impresión que llena nuestras expectativas, permite la impresión en diversos tamaños que van desde un sobre para hoja tamaño carta hasta 1 x 1.4 m libres, la definición que se logra es de calidad fotográfica gracias al proceso de selección de color, la uniformidad en la aplicación de las tintas es mayor pues se controla mecánicamente la presión de los rodillos, por ser un medio de impresión muy comercial el costo es de los mas bajos en comparación con cualquier otro medio de impresión que ofrezca tantas ventajas como éste. Podemos compararlo con la impresión digital en laser que nos ofrece una calidad también fotográfica (incluso mayor a algunas maquinas de offset), un tiempo de impresión mucho menor al offset (en tirajes cortos) y la manipulación más libre de los colores desde la impresora y computadora (por mencionar algunas cualidades), pero el tamaño más comercial en salida digital es doble carta con un precio que va de los 10 a 15 pesos por impresión en un tamaño tabloide, el offset nos arroja un costo de 15 pesos, o menos, por impresión en una salida de 90 x 60cm en 4x0 tintas para un total de 500 impresiones, es bueno señalar que entre mayor sea el número de impresiones requeridas el precio tiende a ser menor. Otro medio de impresión a comparar es la serigrafía, que cuenta con diferentes tintas para imprimir sobre papel, con una diversa gama de tamaños de malla y con acabados de colores en realce, brillantes o mate, la desventaja es la dificultad para imprimir una selección de color con la resolución que nos puede dar el offset, pues mientras la serigrafía imprime una selección de color a 90 dpi (puntaje más comercial) el ofsset fácilmente podrá hacerlo a 133, 150, 170 o 300 dpi, según se requiera. Desde luego la serigrafía se ha catalogado como una técnica artística que permite acabados de mayor singularidad o personalidad dependiendo de su aplicación, también es un proceso que no requiere una maquinaria muy sofisticada para las reproducciones, pero si de un trabajo y esfuerzo humano mayor comparado con un prensista y sumado a los tiempos de secado de las tintas con un delicado manejo de lo impreso por el peligro del repintado, todo lo anterior hace que el precio por pieza sea aún mayor que el de una impresión digital, considerando que entre más grande sea la impresión mayor dificultad para un acabado uniforme de colores.

Optando por el offset como medio de impresión idóneo para el cartel deportivo de voleibol de sala tenemos que considerar las limitantes económicas de nuestro presupuesto, del sistema y sus requerimientos gráficos para una buena reproducción. Por principio mencionaremos que el costo por cartel dependerá del tamaño, cantidad de impresiones, las entradas o tintas y el papel; propuse dos tamaños, uno de 90 x 45cm, y otro de 62 x 31cm, 500 ejemplares, selección de color ó 4x0 tintas en papel couche de 200gr. El presupuesto para la primer medida fue de $7,000.00 y el de la segunda de $4,000.00. Debido a las posibilidades de aportación de los 2 patrocinadores ($5,000.00), que son una empresa comercializadora de llantas y una imprenta, el tamaño final del cartel impreso fue de 88 x 42cm, esta medida permitió costear un recubrimiento de barniz UV que aportó mayor resistencia al papel y sobre todo mayor vida a los colores impresos. El cartel tuvo un costo final de $10.00 por pieza,

El offset limita la variedad de superficies que puede imprimir, desde el tipo de papel hasta el gramaje de los mismos, por lo tanto se imprimirá en papel couche brillante de 200gr que es gramaje ideal para evitar impresiones translucidas, por no ser tan delgado, y fuera de registro ya que al no ser tan pesado permite ser levantado por la máquina más fácilmente. Tomando en cuenta que el tamaño de reproducción que proponemos es grande necesitamos considerar la resolución de las imágenes de mapa de bits que manejemos, se recomienda para tamaños mayores a doble carta imágenes con una resolución de 300 dpi al 100% para manejar salidas de por lo menos 150 lineas (que es la salida estándar en impresiones de calidad).

Definido ya nuestro sistema de impresión y considerando la superficie a imprimir, damos paso al proceso conocido como preprensa para la realización del cartel deportivo para la difusión del voleibol de sala en el deportivo Leandro Valle.

FIGURA 5.53
(M.C.M.) 2008

PELÍCULA EN NEGATIVO PARA IMPRIMIR TINTA COLOR CIAN

FIGURA 5.54
(M.C.M.) 2008

PELÍCULA EN NEGATIVO PARA IMPRIMIR TINTA COLOR MAGENTA

FIGURA 5.55
(M.C.M.) 2008

PELÍCULA EN NEGATIVO PARA IMPRIMIR TINTA COLOR AMARILLO

FIGURA 5.56
(M.C.M.) 2008

PELÍCULA EN NEGATIVO PARA IMPRIMIR TINTA COLOR NEGRO

FIGURA 5.57
(M.C.M.) 2008

LÁMINA DE TRANSPORTACIÓN PARA IMPRIMIR TINTA COLOR CIAN

FIGURA 5.58
(M.C.M.) 2008

LÁMINA DE TRANSPORTACIÓN PARA IMPRIMIR TINTA COLOR MAGENTA

FIGURA 5.59
(M.C.M.) 2008

LÁMINA DE TRANSPORTACIÓN PARA IMPRIMIR TINTA COLOR AMARILLO

FIGURA 5.60
(M.C.M.) 2008

LÁMINA DE TRANSPORTACIÓN PARA IMPRIMIR TINTA COLOR NEGRO

5.6.1 PREPRENSA

Para esta parte del proceso es necesario cuidar varios aspectos de nuestro archivo para obtener resultados optimos en cuanto a calidad de imagen en impresión. Como primer paso es asegurarnos de que nuestro documento en ILLUSTRATOR este en modo CMYK para que se pueda generar la descomposición del color a cuatro tintas base: Cian, Magenta, Amarillo y Negro, fijados en una pelicula fotosensible en forma negativa.

El siguiente punto es darle un revase al arte o diseño de impresión final de por lo menos 3mm por lado con el objetivo de que no aparezcan partes en color blanco al momento del corte del papel para la obtención del tamaño final. Al crear el revase del diseño dibujamos las guías de corte en los 4 ángulos del cartel con un tamaño recomendado de 3 a 5mm cada una y dandoles color de registro, es decir Cian, Magenta, Amarillo y Negro al 100%, esto con el objetivo de que se impriman en cada color de impresión para obtener una linea mejor definida que nos auxiliará al momento del corte.

Definido el modo del documento, revases y guías de corte damos paso al manejo de imágenes y vectores del archivo del cartel. Como ya se mencionó, el diseño se manejó al tamaño real y las imágenes de mapa de bits se fueron creando por separado como archivo PSD en modo RGB a 300 dpi; la textura del fondo, la red, las plecas curvas y el efecto de explosión del balón y jugador se fusionaron en una sola imagen (en modo CMYK a 300 dpi en formato PSD) para hacer mas ligero el tamaño del archivo y evitar con esto errores de descomposición del color al momento de procesar el archivo para la salida de los negativos. La imagen del jugador así como la del balón de voleibol se integraron por separado en el archivo de salida final (en modo CMYK a 300 dpi en formato PSD) porque el manejo de los planos de los elementos asi lo requería

dado que aparecen arriba (en primer plano) del texto primario el cual se manejó en vectores.

Concluido el manejo de mapa de bits del cartel damos paso al trabajo de vectores del mismo. Se recomienda trabajar con vectores los textos y logotipos que así lo permitan porque la calidad en cuanto a definición o nitidez dependerá de la máquina u objeto de impresión y no de la calidad o resolución del archivo como es el caso de las imágenes de mapa de bits, por lo tanto no se rasterizó todo el arte final del cartel de voleibol, evitando así una perdida en la definición del texto y logotipos. Todos nuestros elementos de texto se procesan a curvas para evitar posibles cambios de tipo de letra en la transportación final debido a que la computadora que maneja la salida directa a negativo puede carecer de las tipografías utilizadas en el diseño.

Para nuestros elementos vectoriales que tengamos en color negro es necesario ponerlos en modo de sobreimpresión para que se impriman encima de los demás colores, disimulando con esto las fallas de registro.

Por último, antes de darle salida a nuestro archivo es necesario saber el lineaje adecuado o compatible con la PRENSA a utilizar en nuestra impresión. En este caso el lineaje utilizado fue de 133 lpi porque la maquina así lo requería, si se imprimía a 150 lineas se reventaba el punto de impresión creando un emplastamiento de colores y si el lineaje era menor se perdía nitidez de impresión. Contemplado todos los puntos anteriores no es por demás señalar el extremo cuidado que se debe poner en todos ellos y sobre todo en los textos para evitar faltas de ortografía o errores de captura que se pueden traducir a dinero y tiempo perdido.

Existen PRENSAS que imprimen desde 1 hasta 6 colores por entrada de papel, en cualquiera de los casos la mayoria de prensistas comienzan por imprimir el color Cian debido a que es el que mejor lectura les da de la composición final, seguido del color Magenta que les permite manipular los tonos azules y morados, posteriormente imprimen el color Amarillo para lograr con esto definir mejor los tonos cálidos y por último imprimen la tinta color negro para obtener los contrastes deseados dependiendo de la intensidad de la tinta. El cartel de voleibol se imprimió en una PRENSA de dos colores marca MICHLE en el orden de entradas antes descrito.

Se utilizó papel couche mate importado de 200 grs. de 87 x 57cm (medidas de línea comercial que permitieron el menor desperdicio de papel posible), el diseño se no se centro

FIGURA 5.61
(M.C.M.) 2008

IMPRESIÓN DE TINTAS COLOR CIAN Y MAGENTA

FIGURA 5.62
(M.C.M.) 2008

IMPRESIÓN DE TINTAS CMYK (CIAN, MAGENTA, AMARILLO Y NEGRO)

sobre la superficie del papel con la finalidad de omitir en mayor grado (por el efecto de movimiento de los extremos) el error en el registro de la impresión. Concluida esta parte del proceso el siguiente paso fue recubrirlo con barniz brillante Ultravioleta.

Una vez aplicado el barniz Ultravioleta se procedió al corte del papel para obtener la medida deseada de 84 x 42 cm y así quedar listo para la distribución y exhibición del Cartel de Voleibol de Sala que servirá para la difusión de este deporte a practicarse en el Deportivo Leandro Valle.

FIGURA 5.63
(M.C.M.) 2008

CORTE A GUIAS DE UNA POSTETA DEL CARTEL

CAMPEONATOS DE ESPAÑA
EN EDAD ESCOLAR
POR SELECCIONES
AUTONÓMICAS
2006
BRASILEIRO UNIVERSITÁRIO DE
VOLEIBOL
VOLEIBOL... ¿MODA O DEPORTE?
deporte en el co
VOLEIBO
ROCKÓDROMO
28 - 30 MAYO
PREOLÍMP
¡Vive el
Espectácu
WORLD
LEAGUE
FIVB
VOLLEYBALL
CAPÍTULO VI
RESULTADOS Y
CONCLUSIONES
CSV
CODENE
CAMPEONATO NACIONAL DE
VOLEIBOL
CANCUN 20
DEL 08 AL 13

6.1 RESULTADOS

El cartel se pudo exhibir en los diferentes espacios del Deportivo Leandro Valle, en la Delegación Iztacalco y en los Centros Sociales y Deportivos de la demarcación a mediados del mes de Octubre de 2008 y se retiraron escalonadamente a partir de Diciembre de este mismo año y Enero de 2009, aun se conservan a la vista algunos carteles en las oficinas y gimnasio del Deportivo Leandro Valle. La colocación de los carteles estuvo a cargo de las autoridades de la Delegación Iztacalco, se les sugirió los lugares y la altura de pegado con el objetivo de evitar desperdicio del material impreso, no me fue posible coincidir en fecha y horario de esta labor con el personal encargado del pegado para coordinarlo pero se ajustaron en la medida de lo posible a lo sugerido. Al mismo tiempo se lograron exhibir los carteles en las 11 sucursales de uno de los patrocinadores, la finalidad fue dar a conocer a sus clientes el apoyo que ellos como empresa le dan al deporte, además de motivar a la práctica en aquellas sucursales cercanas al Deportivo Leandro Valle.

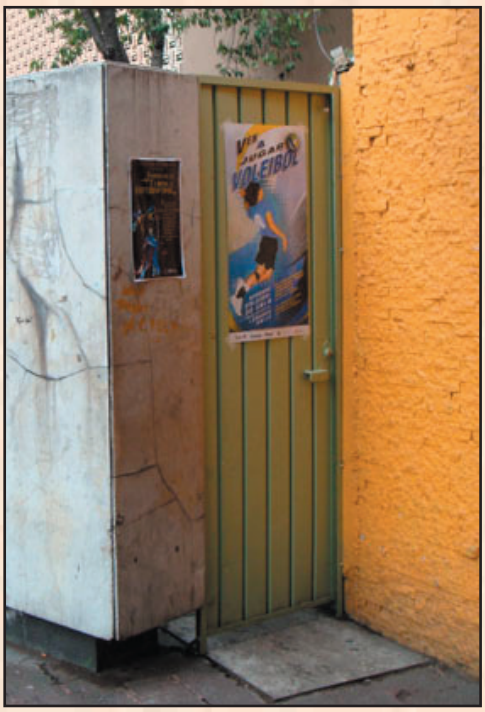
Por el gramaje del papel couché utilizado en la impresión del cartel y el acabado con barniz UV se logró alargar el tiempo de vida de aquellos ejemplares expuestos a la intemperie, pues a la fecha de su desprendimiento la mayoría se conservaban completos.

El objetivo planteado con la realización y exhibición de los carteles ha sido favorable pues de las 5 personas inscritas en promedio para esta actividad se incrementaron a 35, el número sigue creciendo, además de múltiples visitas y encuentros amistosos de otros centros deportivos adeptos al Voleibol de Sala.

La directiva del Centro Social y Cultural del deportivo Leandro Valle, representada por el Prof. Rogelio López, quedó muy satisfecha y agradecida con el proyecto, sugirió se realizara en un futuro próximo el diseño (apoyándose en la composición del cartel “defensivo” de voleibol de sala) e impresión de otro medio de comunicación como un tríptico o una lona para reforzar la difusión del Voleibol de Sala. Considerando también la necesidad de difundir otras actividades en los diferentes Centros Sociales y Deportivos de la Delegación Iztacalco se comprometió a que la Delegación absorbería todos los gastos de los futuros proyectos de diseño.

EXHIBICIÓN DE LOS CARTELES EN EL DEPORTIVO LEANDRO VALLE

EXHIBICIÓN DE LOS CARTELES EN EL DEPORTIVO LEANDRO VALLE



EXHIBICIÓN DE LOS CARTELES EN EL ESPACIO DE UN PATROCINADOR

EXHIBICIÓN DE LOS CARTELES EN EL DVO. OCEANIA

EXHIBICIÓN DE LOS CARTELES EN EL CENTRO CULTURAL Y RECREATIVO FARO DE ORIENTE

6.2 CONCLUSIONES

El optar por un formato √4 en el cartel, hizo de éste un diseño singular que permitió darle mayor impacto visual, salió de los estándares comúnmente marcados por las medidas del pliego en papel que tiene como finalidad un desperdicio mínimo del material a imprimir. El costo por el tamaño o medidas de papel final no tuvo mayor problema debido a que se ajustó a una impresión tradicional en OFF-SET, es decir, la máquina o prensa utilizada no fue de última generación, lo que repercutió en una resolución menos definida pero que cumple con las necesidades de visualización para un cartel.

En cuanto a la exhibición del cartel realizada en diferentes deportivos de la demarcación, se logró capturar de manera cuantitativa a personas cercanas al deportivo, de la misma forma acudieron deportistas de calidad en éste ramo que desconocían el gimnasio donde se desarrolla éste deporte. De un número de inscritos pobre que no rebasaba las 5 personas se llegó a tener 40 gentes de forma regular además de múltiples visitas de jugadores de otros deportivos, padres de familia y espectadores en general. De las personas que se inscribieron después de la exhibición del cartel la mayoría fueron jóvenes con edad que va de los 16 a los 28 años, siendo aproximadamente un 70% hombres y 30% mujeres.

Con lo anterior queda demostrada la efectividad del diseño, aplicado en un medio de comunicación masiva, como lo es el cartel, pues se cumplieron las expectativas que en un inicio dieron origen al proyecto. Además de impulsar la promoción a futuro de diversas actividades recreativas y deportivas en el Centro Social y Deportivo Leandro Valle a través diferentes medios impresos.

Es imperativo reconocer la importancia que tiene en cualquier proyecto la utilización de un método, pues no solo nos dará orden en el proceso, sino también un respaldo y argumentación en lo desarrollado. Se logra identificar claramente la diferencia conceptual y aplicativa de la Teoría con la Práctica, pues mientras la primera expone lo que se debe hacer, la segunda marca el ¿cómo? supeditado a variables externas, pero en conjunto dan como resultado una adquisición valiosa de conocimiento. Ejemplo de lo antes mencionado es el presente proyecto que estuvo marcado por diversos problemas logísticos, ya que no sólo se presentó el reto de elaborar un diseño de cartel, pues se caracterizó por la dificultad de vender la idea a las empresas patrocinadoras que permitieran gracias a su inversión la materialización del cartel, arrastrando consigo el compromiso de satisfacer visualmente el contexto donde estarían ubicadas sus marcas o logotipos. También se cuidó el costo de la producción para facilitar la entrega de los recursos. Así, el seguimiento al proceso de impresión se dio de forma detallada para buscar el costo más bajo en la obtención de negativos, papel y maquila, sin que ello demeritara en calidad.

En cuanto al apoyo otorgado por la Delegación Iztacalco se presentó la limitante por el cambio de administración 2006, al principio del proyecto, que generó la realización de nuevos escritos enviados a diversos directores para obtener sellos que permitirían fotografiar las instalaciones del deportivo antes y durante la exhibición de los carteles, la muestra de éstos y la utilización de los logotipos de la Delegación compartiendo espacio con los logotipos de los patrocinadores.

Conceptualizar, analizar y sintetizar un problema donde el diseño gráfico es la piedra angular para su solución, son elementos fundamentales en el desarrollo de todos los que disfrutamos de ser entes pertenecientes al ámbito de las ideas gráficas dirigidas a satisfacer necesidades de comunicación. Una tesis que en su origen conlleva una carga de diversos conocimientos teóricos confinados a su aplicación en la práctica, debe de ser sinónimo de conocimiento, pues en el proceso se dejan ver múltiples necesidades de solución al problema, incitando a buscar herramientas desconocidas que fluctúen para el fin establecido. La tesis, es sin duda, una plataforma que permite clarificar y aplicar el conocimiento adquirido en aulas universitarias y en la experiencia personal, es una configuración que pone a prueba las capacidades intelectuales del individuo y sobre todo es la conclusión positiva a la formación que todo universitario tiene derecho.

El enfrentarme al reto de realizar una tesis poco convencional por estar empapada de elementos gráficos en todo su cuerpo, dado el perfil de mi carrera, analizar las soluciones a diversos inconvenientes y materializarlas con el fin de llevar a buen término el problema, es para mí una satisfacción gradual que en su cúspide lleva como emblema experiencia y conocimiento, cimentado en el gusto de fungir como herramienta para la motivación en la práctica de un deporte capaz de mutar positivamente a una sociedad que a veces en su ceguera carece de valores. Es la mejor prueba para la conclusión de una etapa.

BIBLIOGRAFÍA

Advertising Annual 2002. Published by Graphics Inc. New York, USA, 2001

ARCHIVO GRAFICO ANTICAPITALISTA [Web en línea]. <http:///www.archivografico.auditoriocheguevara.org>.

Barnicoat, John. Los carteles, su historia y su lenguaje. Gustavo Gili S.A. de C.V., Barcelona, España. 4ta. Edición, 1997.

Barthes, Roland. Retórica de la imagen Paidos Comunicación. Barcelona, España, 1992.

Best of Graphis Poster. Page one publishing, Singapore, 1993.

Bestle, Russell y Noble, Ian. Nuevo diseño de carteles. Gustavo Gili S.A. de C.V., México. 2003

CAMBIOS EN EL REGLAMENTO DE VOLEIBOL, [Web en línea] <http://www.efdeportes.com>. [Consulta: 26-08-2006]

Carteles. Gustavo Gili S.A. de C.V., México. 2ª Edición, 1998

Clark, John. Diseño Tipográfico. Parramon. Barcelona, España. 1998

DURAN, Diego. Historias de la India de la Nueva España e Islas de Tierra firme. Editorial Porrua, México. 1997

El cartel moderno francés, el espectáculo esta en la calle. TF Artes Graficas. Madrid, España. 2001

Encarta 2005, Microsoft Corporation, disco compacto.

Enciclopedia mundial del deporte. 6v. Talleres offset Nerecán. San Sebastián, España. 1982

El siglo del deporte. 2v. Difusora Internacional, S.A., Barcelona, España. Edición revisada, 1990

ILustration In Graphics - Advertising editorial design. P.I.E. Books, Japón, 1996.

IMPACTGRAPHICSPOSTERS [Web en línea]. <http:///www.impactgraphicsposters.com/MexicanGallery.htm>

Johannes, Pawlik. Teoría del color. Paidos Estática. Barcelona, España. 1996

Mann, James Henry. Carteles contra una guerra, signos por la paz. Gustavo Gili S.A. de C.V., Barcelona, España. 1ª Edición, 2003

March, Marion. Tipografía creativa. Gustavo Gili S.A. de C.V., Barcelona, España. 3ª. Edición1994

Meggs, Philip B. Historia del diseño gráfico. Trillas, México. 1991

México, Federación Metropolitana de Voleibol, Reglas Oficiales de Voleibol 2001-2004. Nueva edición.

Müller-Brockman, Josef. Historia de la comunicación visual. GGDiseño, Barcelona, España. 1998

Pederson, Martin B. Graphis Poster 93. Toppan Printing Co. LTD. Japón. 1993

Proenza Segura, Rafael. Diccionario de publicidad y diseño gráfico. 3R Editores, Colombia. 1ª. Edición. 1999

Rodríguez, Luís. Para una Teoría del diseño. Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco/Editorial Tilde. México, 1989.

Roman, Gubern. Medios icónicos de masas. Historia, Madrid, España. 1997

Sheffler, Lilian, Reynoso, Regina e Inzua C. Víctor. El juego de pelota prehispánico y sus supervivencias actuales. Ediciones Coyoacán, México. 1ª. Edición. 1999

Sitio Oficial de la Federación Mexicana de Voleibol, [Web en línea]. <http://www.femexvoleibol.net>.

SKYSCRAPERLIFE, [Web en línea]. <http//www.skyscraperlife.com/bar-argento/12875-los-afiches-de-los-mundiales-desde-1930-a.html>

Swan, Alan. Bases del diseño gráfico. Gustavo Gili S.A. de C.V., México. 5ª. Edición. 2002

Swan, Alan. Como diseñar retículas. Gustavo Gili S.A. de C.V., México. 1990

Swan, Alan. Diseño grafico. Blume, Barcelona, España. 1996

The olympic Image. The first 100 years. Quo Editions, Canada. 1996

TODO VOLEYBOL, [Web en línea]. <http://www.todovoley.mforos.com>. [Consulta: del 24-06-2006 al 30-10-2006]

Tosto, Pablo. La composición áurea en las artes plásticas. Librería Hachette, S. A., Buenos Aires, Argentina. 2ª Edición, 1983

Tubau, Iván. Dibujando carteles, creación y realización de carteles publicitarios. Ediciones CEAC, Barcelona, España. 7ª. Edición, 1991.

Ulmer, Renate. Alfons Mucha. Taschen. Portugal, 1994

Volibol reglas oficiales. México, Librosss, 1998

Wong, Wucius. Fundamentos del Diseño. Gustavo Gili, S.A. de C.V., México.1995