

**ESTRATEGIA GRÁFICA PARA EL  
CLUB DEPORTIVO CALI**

**JUAN CAMILO VILLEGAS VICTORIA  
HAROLD ANDREY PAZ GARRIDO**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
DEPARTAMENTO DE DISEÑO Y PUBLICIDAD  
PROGRAMA DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA  
SANTIAGO DE CALI  
2008**

**ESTRATEGIA GRÁFICA PARA EL  
CLUB DEPORTIVO CALI**

**JUAN CAMILO VILLEGAS VICTORIA  
HAROLD ANDREY PAZ GARRIDO**

**Trabajo de Grado  
Para optar al título de Diseñador de Comunicación Gráfica**

**Director  
ANDRÉS LOMBANA  
Diseñador Gráfico**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
DEPARTAMENTO DE DISEÑO Y PUBLICIDAD  
PROGRAMA DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA  
SANTIAGO DE CALI  
2008**

**Nota de Aceptacion:**

**Aprobado por el Comite de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para optar el titulo de Diseñador Gráfico**

**JAIME LÓPEZ**

\_\_\_\_\_  
Jurado

**ANDRÉS AGREDO**

\_\_\_\_\_  
Jurado

**CARMEN LERMA**

\_\_\_\_\_  
Jurado

**Santiago de Cali, 21 de Febrero de 2008**

## CONTENIDO

	Pag.
RESUMEN	7
INTRODUCCIÓN	8
1. PLANTEAMIENTO	10
1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	10
1.2 FORMULACIÓN DE ELEMENTOS	10
1.3 OBJETIVOS	10
2. MARCOS DE REFERENCIA	11
2.1 MARCO TEÓRICO	11
2.2 MARCO CONTEXTUAL	12
2.3 MARCO CONCEPTUAL	12
3. DISEÑO METODOLÓGICO	13
3.1 INDAGACIÓN	13
3.2 TRATAMIENTO DE DATOS	13
3.3 INTERPRETACIÓN	14
3.4 CONCLUSIÓN	14
3.5 APLICACIÓN	15
4. DEFINICIÓN MASCOTA Y ORIGEN	16
5. ANTECEDENTES	17
6. NORMAS PARA USO DE MASCOTAS, POSTALES Y ALBUMES	18
7. RACIONAL DISEÑO MASCOTA	27

	<b>Pag.</b>
<b>8. RACIONAL DISEÑO DE POSTALES</b>	<b>29</b>
<b>9. RACIONAL DISEÑO DE ÁLBUM</b>	<b>40</b>
<b>10. CONCLUSIONES</b>	<b>45</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>46</b>

## LISTA DE FIGURAS

	Pag.
<b>Figura 1. Boceto</b>	<b>19</b>
<b>Figura 2. Boceto</b>	<b>20</b>
<b>Figura 3. Boceto</b>	<b>21</b>
<b>Figura 4. Boceto</b>	<b>22</b>
<b>Figura 5. Boceto</b>	<b>23</b>
<b>Figura 6. Propuesta Final Mascota</b>	<b>24</b>
<b>Figura 7. Propuesta Final Mascota</b>	<b>25</b>
<b>Figura 8. Propuesta Final mascota</b>	<b>26</b>
<b>Figura 9. Factores CMYK</b>	<b>27</b>
<b>Figura 10. Otras Propuestas Iniciales de Mascota</b>	<b>28</b>
<b>Figura 11. Factores CMYK</b>	<b>34</b>
<b>Figura 12. Diseño Postal</b>	<b>37</b>
<b>Figura 13. Diagrama Compositivo Postal</b>	<b>38</b>
<b>Figura 14. Diagrama Compositivo Postal</b>	<b>39</b>
<b>Figura 15. Factores CMYK</b>	<b>42</b>
<b>Figura 16. Propuesta Portada</b>	<b>43</b>
<b>Figura 17. Propuesta Contra Portada</b>	<b>44</b>

## RESUMEN

El proyecto consistió en desarrollar una estrategia grafica para el club Deportivo Cali con el fin de aumentar la relación entre los hinchas y el equipo.

Como primera instancia es la creación de una figura representativa o mascota para el Deportivo Cali ya que es casi una necesidad no solo para el Deportivo Cali si no para varios países del mundo, los altos ingresos económicos que estas generan y la relación que se establece con los hinchas. Son aspectos muy importantes que día a día promueven más la creación de personajes representativos mas comúnmente llamados "mascotas".

Las figuras representativas o mascotas son usualmente animales o figuras antropomórficas que representan características típicas ya sea de una zona geográfica determinada, una disciplina deportiva o una razón social, También son elementos de gran importancia para el merchandising que se genera en torno a un evento deportivo.

Son muchos los clubes alrededor del mundo que poseen una mascota, grandes Europeos como Manchester United FC Ingles, el AC Milán Italiano etc.

En el plano nacional esta actividad aun esta un poco descuidada, los equipos profesionales de Colombia simplemente ignoran o desconocen totalmente los beneficios de poseer un personaje representativo, aunque la mayoría de los clubes de fútbol en Colombia posean un sobrenombre es difícil ver a una mascota en un partido oficial del fútbol profesional, son muy pocos los equipos que se han interesado por este aspecto tan importante, es Atlético Nacional de Medellín ó Atlético Júnior de la ciudad de Barranquilla los clubes que mas interés le prestan a sus mascotas, es importante que en Colombia, un país en el que la mayoría de clubes de fútbol profesional poseen limitaciones económicas se implemente la actividad del "merchandising" por medio de mascotas, sin duda alguna esto generaría una fuente extra de ingresos para los clubes profesionales de nuestro fútbol.

Por esta razón el grupo de trabajo decidió aplicar la creación de una figura representativa, ya que el Club Deportivo Cali, nunca ha tenido una figura de este tipo que lo identifique además de su escudo.

## INTRODUCCIÓN

¿Como se puede aumentar la relación Hincha-Club (Sentido de Pertenencia) por medio de una estrategia gráfica compuesta de tres elementos: Postales Informativas e Identificadoras, Álbum Coleccionable para conservar las postales y una Figura Representativa del Club Deportivo Cali?

¿Se puede aumentar el sentido de pertenencia de parte de los hinchas hacia la institución por medio de una Estrategia Gráfica?

¿Podría la implementación de un personaje representativo, una postal informativa y un álbum para la conservación de las postales aumentar el sentido de pertenencia por la institución?

¿Cuáles son los pasos y el desarrollo mas adecuado para crear una Estrategia Gráfica basada en la representación e identificación de un club de fútbol profesional?

Diseñar una estrategia gráfica para el club Deportivo

Identificar de que manera y hasta donde está fortalecida la relación hincha-club.

Caracterizar los aspectos más relevantes del club y los seguidores, teniendo en cuenta las principales características formales, conceptuales y morfológicas así como los resultados.

Iniciar el desarrollo de la estrategia gráfica en su etapa de interpretación y análisis, la caracterización de factores relacionados con la afición del club y la institución facilitan la posterior elaboración del proyecto.



Las personas se sentirán satisfechas con el hecho de que exista un personaje representativo del club, que no solo anime las tribunas y divierta la gente en el estadio, si no que también se convierta en una insignia para el equipo, que no solo el Deportivo Cali se caracterice por su escudo, si no por tener también una mascota, que siempre los personifique.

Las postales informativas e identificadoras crean una lazo entre los hinchas y los jugadores del equipo porque gracias a la información que estas brindan acerca de los integrantes del equipo, los hinchas están mas informados sobre los miembros que componen el equipo Deportivo Cali. Ya que estas postales no solo permiten apreciar fotos del jugador al cual se hace referencia, si no también contienen una ficha técnica muy completa sobre cada integrante del club, (jugadores y cuerpo técnico)

Estos elementos permiten que haya mayor conexión entre el hincha y club, que halla mas sentido de pertenencia por la institución ya que abre las puertas para que los hinchas estén bien informados y conozcan su equipo.

Otro de los alcances son las múltiples ganancias que obtendrá el club Deportivo Cali.

El Concepto de Estrategia Grafica se entiende como un Proceso creativo compuesto por una serie de pasos ordenados de forma coherente con el propósito de mejorar un (os) objetivos u objetivos Pre-establecidos.

No existe referencia a nivel local, regional, o nacional sobre este tipo de investigación y desarrollo. La referencia que se tiene sobre este tipo de investigaciones es en el plano internacional particularmente en Europa, diferentes equipos de las principales ligas Europeas manejan este tipo de estrategias gráficas, se tomara como referencia principal el equipo de fútbol Paris Saint Germain, club Francés fundado en 1970 y perteneciente a la primera división de fútbol de ese país.

Este club presenta un correcto y creativo desarrollo de estrategia gráfica, por lo tanto se toma como referencia para conocer los aspectos positivos que ha dejado la creación de un personaje representativo para el Club y también el diseño de las postales informativas e identificadoras de los jugadores que integran equipo.

## **1. PLANTEAMIENTO**

### **1.1. FORMULACION DEL PROBLEMA**

¿Como se puede aumentar la relación Hincha-Club (Sentido de Pertenencia) por medio de una estrategia gráfica compuesta de tres elementos: Postales Informativas e Identificadoras, Álbum Coleccionable para conservar las postales y una Figura Representativa del Club Deportivo Cali?

### **1.2. FORMULACION DE ELEMENTOS**

¿Se puede aumentar el sentido de pertenencia de parte de los hinchas hacia la institución por medio de una Estrategia Gráfica?

¿Podría la implementación de un personaje representativo, una postal informativa y un álbum para la conservación de las postales aumentar el sentido de pertenencia por la institución?

¿Cuáles son los pasos y el desarrollo mas adecuado para crear una Estrategia Gráfica basada en la representación e identificación de un club de fútbol profesional?

### **1.3. OBJETIVOS**

Diseñar una estrategia gráfica para el club Deportivo.

Identificar de que manera y hasta donde está fortalecida la relación Hincha-Club.

Caracterizar los aspectos más relevantes del club y los seguidores, teniendo en cuenta las principales características formales, conceptuales y morfológicas así como los resultados.

## **2. MARCOS DE REFERENCIA**

### **2.1. MARCO TEÓRICO**

No existe referencia a nivel local, regional, o nacional sobre este tipo de investigación y desarrollo. La referencia que se tiene sobre este tipo de investigaciones es en el plano internacional particularmente en Europa, diferentes equipos de las principales ligas Europeas manejan este tipo de estrategias gráficas, se tomara como referencia principal el equipo de fútbol Paris Saint Germain, club Francés fundado en 1970 y perteneciente a la primera división de fútbol de ese país.

Este club presenta un correcto y creativo desarrollo de estrategia gráfica, por lo tanto se toma como referencia para conocer los aspectos positivos que ha dejado la creación de un personaje representativo para el Club y también el diseño de las postales informativas e identificadoras de los jugadores que integran equipo.

Gracias a la creación de una imagen representativa, las postales informativas e identificadoras y el álbum donde se podrán coleccionar las postales, los Dirigentes del Club Paris Saint Germain están muy conformes con los resultados que se han obtenido, a nivel financiero, de aceptación y de unión con los seguidores del club.

Han logrado que halla un lazo mas estrecho entre los hinchas y el equipo, gracias a esto los hinchas se han mostrado muy satisfechos con el hecho de que exista un personaje representativo del club, un personaje que no solo anima las tribunas del estadio, si no que también se ha ganado un lugar en los corazones de ellos, los seguidores, que no solo se identifican con el escudo, si no con una figura mas humana, y mas viva como lo es este personaje.

Las postales informativas e identificadoras han creado una lazo entre los hinchas y los jugadores del equipo porque gracias a la información que estas brindan acerca de los integrantes del equipo, los hinchas están mas informados sobre estas personas y no solo permite conocer su aspecto físico, si no también una ficha técnica muy completa sobre el integrante del club.

## 2.1. MARCO CONTEXTUAL

El espacio donde se realizara el proyecto es a nivel local y regional es decir: la ciudad de Santiago de Cali y El Valle del Cauca, su ampliación hacia el plano nacional depende del desarrollo y el éxito del proyecto.

El tiempo requerido para realizar el proyecto es de un año y 5 meses, espacio comprendido entre agosto del año 2006 y Enero del año 2008

## 2.2. MARCO CONCEPTUAL

**Referencia:** Lo que sirve como base, modelo o comparación

**Contextual:** En lingüística, entorno del cual depende el sentido y el valor de una palabra, de una frase o de un fragmento de un texto, Situación o entorno físico en el cual se considera un hecho

**Desarrollo:** Realización, producción o evolución en etapas sucesivas de algo, Proceso de crecimiento económico, social, cultural o político de una comunidad humana

**Indagar:** Referido a algo desconocido, tratar de llegar a su conocimiento mediante razonamientos o suposiciones

**Espacio:** Extensión en la que está contenida toda la materia existente, Parte de esta extensión situada más allá de los límites de la atmósfera terrestre

**Análisis:** División y separación de las partes que forman un todo para llegar a conocer sus principios o elementos

**Conexión:** Relación o comunicación, Enlace, atadura o concatenación de una cosa con otra.

### 3. DISEÑO METODOLOGICO

#### 3.1. INDAGACION

**Rastreo de información documental (línea teórica).** El rastreo de información documental es la búsqueda y recolección de información referente al proyecto y a los temas a tratar en este, el tipo de información a rastrear para el desarrollo del proyecto es toda aquella referente al actual manejo comunicacional del club, antecedentes relacionados con este tipo de proyectos y todo documento o fuente de información que se relacione y colabore fortalezca de manera directa el desarrollo de la estrategia y su etapa de indagación, este proceso se llevara a cabo por medio de indagaciones del grupo de trabajo, investigaciones en el club y personas allegadas al mismo que colaboren con el progreso de este proyecto.

**Localización de fuentes graficas (línea practica).** Consiste en localizar y elegir de manera correcta todo lo referente a la parte gráfica del proyecto, en esta etapa es fundamental una búsqueda adecuada y organizada del material grafico del proyecto, es esencial tener en cuenta los aspectos mas relevantes para el club y sus hinchas en materia de símbolos representativos de la institución, instalaciones administrativas y deportivas, jugadores, cuerpo técnico, escudo, estadio, hinchas y todo aquel componente que sea favorable para el proyecto será incluido en el material a usar en la estrategia gráfica, al igual que el rastreo documental se llevara a cabo por medio de búsquedas del grupo de trabajo y con colaboración del club mismo.

#### 3.2. TRATAMIENTO DE DATOS

**Selección y clasificación de datos (línea teórica).** Consiste en seleccionar, clasificar y organizar la información tomada en el rastreo, este es un proceso muy elaborado y de mucha atención porque es la etapa en la que se elige a partir de los rastreos documentales el material final que se incluirá en el proyecto.

**Registro de personajes (línea práctica).** Consiste en llevar un registro práctico de personajes y hechos que consideremos incluir en nuestro proyecto, relacionado con el punto 1.2 esta etapa planea elegir todos los personajes que se llevaran a cabo en el proyecto.

### 3.3. INTERPRETACION

**Análisis teórico histórico (línea teórica).** Consiste en la realización de un completo análisis de la parte teórica del proyecto incluyendo el pasado y el presente de la institución.

**Análisis y clasificación de material grafico (línea practica).** Analizar y clasificar el material grafico a utilizar en el proyecto, etapa de selección de imágenes, fotografías y elementos gráficos que se rastrearon en la localización de fuentes gráficas, se deben elegir cuidadosamente y sin olvidar que es un proyecto que pretende afianzar la relación hincha-club, es decir: en la estrategia se debe crear un espacio grafico adecuado y agradable para una buena visualización y relación de parte del interesado

### 3.4. CONCLUSION

**Síntesis de determinantes teóricas (línea teórica).** Consiste en realizar una síntesis ordenada de las determinantes teóricas a tratar en el proyecto, manejar unos criterios de orden que estén plenamente relacionados con respecto a los campos del diseño grafico y diseño editorial, aplicaciones correctas de legibilidad y visibilidad para el usuario, diseñar un producto homogéneo en su diseño manejando una estructura firme y que a su vez sea plenamente identificable y relacionada directamente con lo que la estrategia grafica pretende

**Síntesis de los determinantes teóricos (línea práctica).** Consiste en realizar una síntesis ordenada de las determinantes prácticas a tratar en el proyecto, El proyecto comprende: diseño grafico y diseño editorial, se desarrolla bajo los criterios correctos de estas dos áreas, la composición, diagramación, diseño y creatividad son aspectos que serán tenidos en cuenta a lo largo del proyecto

El espacio donde se realizara el proyecto es a nivel local y regional es decir: la ciudad de Santiago de Cali y El Valle del Cauca, su ampliación hacia el plano nacional depende del desarrollo y el éxito del proyecto.

### 3.5. APLICACION

**Pre-producción.** Esquemas básicos: realización de primeros esquemas sobre el proyecto y su estructura.

Bocetos: creación de diseños más trabajados y bajo la intención a tratar en el proyecto.

Diagramación: creación temporal del proyecto a partir de los esquemas y bocetos prediseñados.

**Producción.** Discusión de proyecto: se discuten los temas tratados en proyecto y la manera en que se realizo.

Reformulación: sirve para reformular políticas o elemento que se trataron en el proyecto.

Artes finales digitales: a partir de reformulación se diseña o se conserva el mismo esquema del proyecto.

**Post-producción.** Validación (prueba): se analiza la actitud del público y la critica sobre el proyecto.

#### **4. DEFINICION MASCOTA**

Las mascotas son uno de los principales símbolos representativos de un evento deportivo a gran escala, equipos de diferentes disciplinas deportivas, instituciones académicas, etc.

El origen de las mascotas como símbolo representativo se origino en Inglaterra hacia el año 1908 con la creación de un personaje con forma de León que pertenecía al club Chelsea FC de Londres, años mas tarde otros clubes de este mismo país y de Europa crearon su propio personaje representativo, las mascotas empezaron a ser utilizados en los Juegos Olímpicos a partir de Grenoble 1968 y, a nivel de los Juegos de Verano, desde Munich 1972, en cuanto a mundiales de Fútbol el primero en presentar su mascota oficial fue Inglaterra en el año 1966 con la creación de “Willie” un simpático León de trazos bruscos y rectos, el León es el animal símbolo de la realeza en Gran Bretaña. De ahí su elección como mascota oficial de ese mundial .

Las mascotas son, usualmente, animales o figuras antropomórficas que representan características típicas ya sea de una zona geográfica determinada, una disciplina deportiva o una razón social.

En la actualidad, las mascotas son elementos de gran importancia para el merchandising que se genera en torno a un evento deportivo así como a clubes de Fútbol, Baloncesto, Fútbol Americano, Baseball y Hockey.

La creación de una mascota como símbolo representativo de un equipo de fútbol es casi una necesidad es varios países del mundo, los altos ingresos económicos que estas generan y la relación que se establece con los hinchas son aspectos muy importantes que día a día promueven mas la creación de personajes representativos mas comúnmente llamados “mascotas”.

El espacio donde se realizara el proyecto es a nivel local y regional es decir: la ciudad de Santiago de Cali y El Valle del Cauca, su ampliación hacia el plano nacional depende del desarrollo y el éxito del proyecto.



## 5. ANTECEDENTES

La creación de una mascota como símbolo representativo de un equipo de fútbol es casi una necesidad en varios países del mundo, los altos ingresos económicos que estas generan y la relación que se establece con los hinchas son aspectos muy importantes que día a día promueven más la creación de personajes representativos más comúnmente llamados “mascotas”.

En países como Japón, Inglaterra, Estados Unidos y México todos los equipos de fútbol profesionales poseen una mascota que los represente, por lo general son animales, sin embargo es común ver frutas, vegetales, seres humanos, elementos químicos y hasta figuras mitológicas representando a clubes de fútbol, es importante aclarar que la personificación de estas mascotas debe poseer un aspecto agradable y fácilmente reconocible, que sea del agrado del público infantil pero también del público adulto.

Son muchos los clubes alrededor del mundo que poseen una mascota, grandes europeos como Manchester United FC inglés, el AC Milán italiano o el Bayern Munich alemán, algunos asiáticos como Tokio FC, Cerezo Osaka o Yokohama Marinos y hasta los americanos Chicago Fire FC, Chivas de Guadalajara y el CA River Plate tienen su propio personaje que les asegura grandes ganancias económicas por cuestiones de mercadeo.

En el plano nacional esta actividad aun está un poco descuidada, los equipos profesionales de Colombia simplemente ignoran o desconocen totalmente los beneficios de poseer un personaje representativo, aunque la mayoría de los clubes de fútbol en Colombia posean un sobrenombre es difícil ver a una mascota en un partido oficial del fútbol profesional, son muy pocos los equipos que se han interesado por este aspecto tan importante, es Atlético Nacional de Medellín o Atlético Junior de la ciudad de Barranquilla los clubes que más interés le prestan a sus mascotas, es importante que en Colombia, un país en el que la mayoría de los clubes de fútbol profesional poseen limitaciones económicas se implemente la actividad del “merchandising” por medio de mascotas, sin duda alguna esto generaría una fuente extra de ingresos para los clubes profesionales de nuestro fútbol.

Colombia, un país en el que la mayoría de los clubes de fútbol profesional poseen limitaciones económicas se implemente la actividad del “merchandising” por medio de mascotas, sin duda alguna esto generaría una fuente extra de ingresos para los clubes profesionales de nuestro fútbol.

## **6. NORMAS DE LEY PARA USO DE MASCOTAS, POSTALES Y ALBUMES**

Según la División mayor del Fútbol Profesional Colombiano (3) (Dimayor) y su comisión disciplinaria quienes son las mayores autoridades en lo referente a clubes de fútbol en Colombia no existe restricción alguna para la creación de un personaje representativo para un club de fútbol ya sea de primera división ó segunda división, la Dimayor permite el uso de estos personajes y admite que los equipos y sus reglamentos sean quienes decidan si crean o no un personaje de este tipo.

En lo referente a la creación de postales informativas y un álbum para su conservación la Dimayor establece que cada equipo esta en condición de elaborar su propio medio informativo siempre y cuando este preestablecido dentro del manual legislativo del club, en cuanto a patrocinadores es necesario que el club interesado establezca los costos de publicidad según lo pactado en el acuerdo con la firma interesada en pautar en los medios informativos.

Las encuestas realizadas por el grupo de trabajo se realizaron en su totalidad en la ciudad de Santiago de Cali, la gran mayoría de encuestados se definieron como simpatizantes del club Deportivo Cali, sin embargo hubo un numero importante de seguidores del América de Cali, las personas encuestadas se encuentran en un rango de edad entre los diez y los sesenta y cuatro años, los clubes de fútbol poseen seguidores de prácticamente todas las edades es por eso que se decidió cubrir un rango de edad tan extenso.

Los resultados arrojados por la primera encuesta dieron marcha al desarrollo del proyecto, con estos resultados el grupo de trabajo inicio el proceso de la creación del personaje representativo, las postales informativas y el álbum para conservarlas.

Se plantearon las siguientes alternativas: Caña de Azúcar, Chontaduro y Mango Biche.

El equipo de trabajo creó y desarrolló las propuestas para su posterior testeo por medio de una segunda encuesta a las mismas personas a las que se le habían realizado en una primera instancia, los resultados arrojados resultaron satisfactorios para el equipo de trabajo por lo que se decidió avanzar con las propuestas establecidas.

Figura 1. Boceto

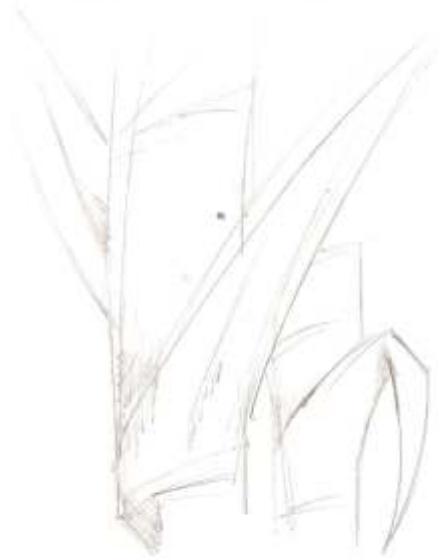


Figura 2. Boceto



Figura 3. Boceto



Figura 4. Boceto

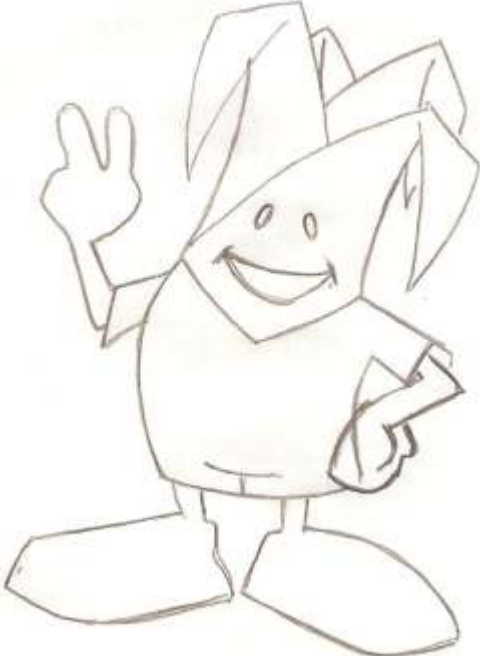


Figura 5. Boceto



Figura 6. Mascota





Figura 7. Mascota



Figura 8. Mascota



## 7. RACIONAL DISEÑO MASCOTA

Basados en los resultados obtenidos a partir de la primera encuesta se inicio el proceso de creación del personaje, debía ser una propuesta que generara impacto visual y de igual manera que despertara un sentimiento emocional sobre el receptor, inspirados netamente en la morfología de la Caña de Azúcar (*Saccharum Officinarum*) se inicio un proceso de bocetación del personaje, era indispensable que este fuera de aspecto agradable y que de igual manera se ligara instantáneamente con la institución, la propuesta resultante fue una Caña de Azúcar con brazos y piernas y una serie de pequeñas hojas sobre su cabeza similar a las de la planta, su cara esta compuesta por dos ojos y una boca que se encuentra sonriendo, esto con el fin de transmitir la emoción y amabilidad del personaje, no posee nariz, el personaje tiene puesto el uniforme del Deportivo Cali y de igual forma unos grandes zapatos para jugar fútbol.

La gama cromática usada en el personaje esta compuesta mayormente por una escala de verdes dado que tanto la Caña de Azúcar como el uniforme principal del Deportivo Cali son de este color, los guayos son negros con grandes franjas blancas sobre un costado así como un balón de fútbol ubicado sobre un lado de sus piernas, el cuello de la camisa, una franja de las medias y el pantalón son de color blanco de igual manera que el uniforme oficial, el color rojo se encuentra en una pequeña lengua que se observa un poco en el interior de la boca, finalmente el escudo estampado de la institución se encuentra a la altura del pecho y conservando su forma y color original.

**Figura 9. Factores CMYK**

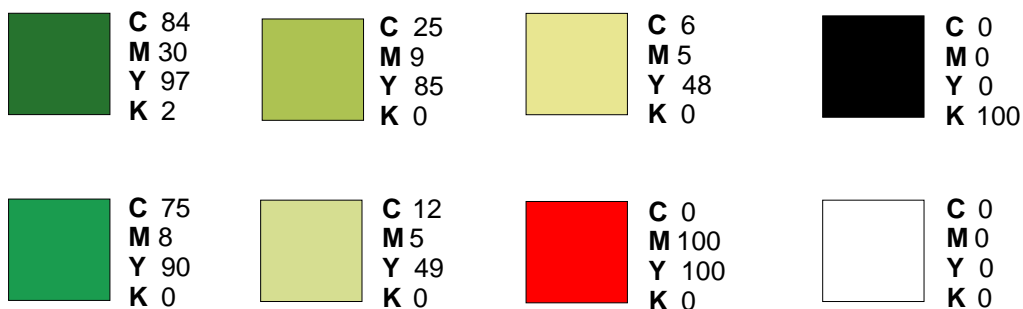
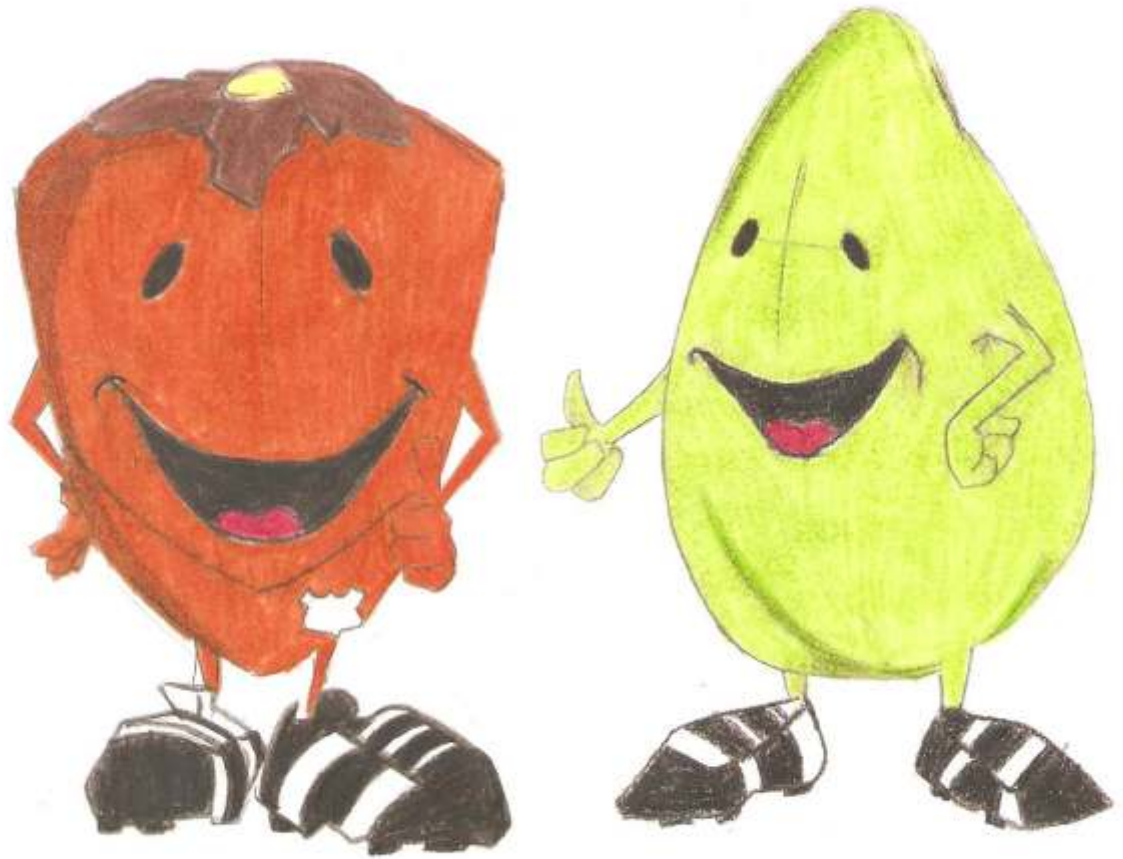


Figura 9. Otras Propuestas Iniciales



## 8. RACIONAL DISEÑO POSTALES

Estas postales son unas piezas rectangulares de papel grueso o cartón, que están elaboradas con el fin de presentar a cada uno de los miembros que componen el Equipo del Deportivo Cali.

**Función Básica.** Informativa. Ya que informo sobre los miembros que componen el plantel de el Deportivo Cali

**La información de las Postales.** Dar una ficha técnica de cada uno de los miembros del Deportivo Cali la cual es.

Nombre, apellidos, fecha de nacimiento, lugar, estatura, peso, posición, perfil, club de procedencia.

También contiene una pequeña reseña histórica del Club Deportivo Cali, la cual es, fecha de fundación, debut profesional, número de campeonatos ganados, participaciones en copa libertadores y los patrocinadores oficiales del Club Deportivo Cali.

**Objetivo.** El objetivo de las postales es que las personas se familiaricen con los integrantes del Deportivo Cali, conozcan no solo sus Nombres, Apellidos y edades, si no también su procedencia y perfil.

El objetivo es darle al hincha una breve información acerca de las personas que integran el Equipo del Deportivo Cali.

**Características Generales de las postales.** En las postales se utilizarán dos Fotografías que muestren al jugador al cual se hace referencia.

Las postales tendrán un tamaño de 15cm. de largo y 11cm de ancho, este tamaño es ideal para mostrar adecuadamente todos los elementos que estas contienen, como los son las fotografías de el jugador al cual se hace referencia, las imágenes, que son el escudo de el Deportivo Cali, y los patrocinios, y en el caso de los jugadores el número que lo identifica.

Las postales tendrán un tamaño de 15cm. de largo y 11cm de ancho, este tamaño es ideal para mostrar adecuadamente todos los elementos que estas contienen, como los son las fotografías de el jugador al cual se hace referencia, las imágenes, que son el escudo de el Deportivo Cali, y los patrocinios, y en el caso de los jugadores el numero que lo identifica.

**Diseño de las postales.** La postal esta compuesta por rectángulos de diferentes tamaños alrededor de la fotografía del jugador que se hace referencia.

Los rectángulos tienen distintos tamaños ya que contienen diferentes tipos de información acerca de el jugador que se este presentando.

**Adverso de la Postal.** En la parte superior hay rectángulo de 9.2 cm. de largo y 1.7cm. de ancho, de color verde el cual presenta el titulo de la Postal.

En la parte izquierda hay un rectángulo también de 9,2 cm. de largo y 1.7 cm. de ancho, de color blanco, este rectángulo contiene el escudo de el Deportivo Cali, y la información de el año de la presente temporada.

En la parte inferior hay un rectángulo de 9.2cm de largo y 1.2cm de ancho, de color verde. Este rectángulo contiene nombre y numero del jugador al cual se le hace referencia en la postal y contiene una pequeña fotografía de este en forma circular. También contiene la Pagina Web del Club Deportivo Cali.

En la parte derecha hay un rectángulo que mide 9.2 de largo y 7,46 milímetros de ancho, de color verde.

En el centro de la Postal, hay un rectángulo de 12cm de largo y 8,5cm de ancho, donde se encuentra la fotografía del miembro del equipo al cual se hace referencia en la postal.

Basados en los resultados obtenidos a partir de la primera encuesta se inicio el proceso de creación del personaje, debía ser una propuesta que generara impacto visual y de igual manera que despertara un sentimiento emocional sobre el receptor, inspirados netamente en la morfología de la Caña de Azúcar (Saccharum Officinarum) se inicio un proceso de bocetación del personaje, era indispensable que este fuera de aspecto agradable y que de igual manera se ligara instantáneamente con la institución.

**Reverso de la Postal.** En la parte superior hay rectángulo de 9.2cm. de largo y 1.7cm. de ancho, de color verde el cual presenta el título de la Postal.

En la parte izquierda hay un rectángulo también de 9,2 cm. de largo y 1.7 cm. de ancho, de color blanco, este rectángulo contiene el escudo de el Deportivo Cali, y la información de el año de la presente temporada.

En la parte inferior hay un rectángulo de 9.2cm de largo y 1.2cm de ancho, de color verde.

Este rectángulo contiene la Pagina Web del Club Deportivo Cali

En la parte derecha hay un rectángulo que mide 9.2 de largo y 7,46 milímetros de ancho, de color verde.

En el centro de la Postal, hay un rectángulo de 12cm de largo y 8,5cm de ancho color blanco que se divide en 3 partes.

El primer rectángulo mide 8,5 cm. de largo y 2,3cm de ancho, es de color blanco, y tienen como contenido el nombre de el jugador, la posición en la que se desempeña y el numero que lo identifica en el equipo.

El segundo recuadro mide 8,5cm de largo y 5.8cm de ancho, es de color blanco y contiene la ficha técnica del jugador que se presenta en la postal.

El tercer recuadro mide 8,5cm de largo y 2.5cm de ancho, es de color blanco, y contiene una pequeña reseña histórica del Club Deportivo Cali.

El cuarto rectángulo mide 8,5cm de largo y mide 1.4cm de ancho, es de color blanco y contiene los logos de los patrocinadores oficiales del Club Deportivo Cali.

Las postales tendrán un tamaño de 15cm. de largo y 11cm de ancho, este tamaño es ideal para mostrar adecuadamente todos los elementos que estas contienen, como los son las fotografías de el jugador al cual se hace referencia, las imágenes, que son el escudo de el Deportivo Cali, y los patrocinios, y en el caso de los jugadores el numero que lo identifica.

**Titulo de la Postal.** El titulo de la postal es DEPORTIVO CALI ya que es al equipo al que pertenecen los jugadores que se muestran en cada una de las postales, el titulo es de color blanco y esta sobre un rectángulo con un fondo color verde, esto hace que el texto sea muy legible y destaque no solo por el contraste de color, si no también por su gran tamaño y ubicación. El titulo de la postal se encuentra en la parte superior de la postal, tanto en el anverso como en el reverso de esta.

**Fotografías e Imágenes.** La postal esta compuesta por Dos fotografías que muestran al miembro de el equipo al cual se hace referencia en la postal y se encuentran en el anverso de la postal. La primer fotografía (principal) mide 12cm de largo y 8,5cm de ancho muestra al individuo parado de frente, permitiendo que pueda ser bien apreciado, además es una fotografía con un gran tamaño, que permite reconocerlo fácilmente. Ya que también se encuentra en un estado de serenidad.

Estas fotografías tienen como fondo, la cancha en la Sede Pance donde el Deportivo Cali hace sus prácticas a Diario.

Esta es una imagen que permite conocer e identificar al jugador al cual se hace referencia en la postal.

La otra fotografía del individuo se encuentra dentro de un circulo que contiene una medida de 3cm de alto y 3cm de ancho, esta fotografía solamente la tienen las postales de los jugadores de el equipo Deportivo Cali ya que muestra al jugador realizando su actividad en el terreno de juego, se puede apreciar al jugador, ya sea corriendo, pateando un balón, celebrando un gol o burlando a los adversarios.

Esta fotografía al contrario de la foto principal muestran al jugador en movimiento como la gente normalmente los ve en los partidos de fútbol.

Estas dos fotografías permiten apreciar al jugador en distintas posiciones, la primera verlo de forma natural y serena, y en la otra verlo en un terreno de juego.

**Reverso de la Postal.** En la parte superior hay rectángulo de 9.2cm. de largo y 1.7cm. de ancho, de color verde el cual presenta el titulo de la Postal.

En la parte izquierda hay un rectángulo también de 9,2 cm. de largo y 1.7 cm. de ancho, de color blanco, este rectángulo contiene el escudo de el Deportivo Cali, y la información de el año de la presente temporada.



Otras imágenes son el escudo del Deportivo Cali, que se encuentra tres veces en la postal, uno en el anverso de la postal que mide 1.7 de largo y 1.5 de ancho y se encuentra en la parte superior izquierda de esta, el segundo escudo que mide también 1.7 de largo y 1.5 de ancho y se encuentran en el reverso de la postal, también en la parte superior izquierda, y el tercer escudo mide 2cm de largo y 1.8 cm. de ancho y se encuentra ubicado en la parte inferior de la postal al lado de la reseña histórica de el Deportivo Cali.

Estos escudos del Deportivo Cali se encuentran ubicados sobre un fondo blanco, el cual provoca un gran contraste y gran legibilidad la cual los hace fácil de apreciar, ya que es la imagen corporativa del Club Caleño

Otra imagen es el numero, que contienen las postales de los jugadores del equipo, estos números son aquellos que los identifican en el terreno de juego.

Estos se encuentran ubicados en el anverso y reverso de la postal, son de color blanco y cada numero mide 1.2cm de alto y 5 milímetros de ancho, y están sobre un circulo de color verde que mide 2cm de alto y de ancho, el cual hace que tenga un fuerte impacto visual, el cual hace que el numero sea legible y fácil de identificar.

Otras imágenes son los dos logos de los patrocinadores oficiales que se encuentran en el reverso de la postal, en la parte inferior derecha.

Una de los logos es de la marca deportiva Adidas el cual mide 1 cm de alto y 1.5cm de ancho, es de color negro y esta sobre un fondo blanco, esto hace que el logo se identifique claramente.

El otro logo pertenece a cerveza águila mide 7milímetros de largo y 1.8cm de ancho, las letras son de color blanco, y están sobre un fondo de color azul, el cual permite que sea legible, y fácil de asemejar. Los dos logotipos son muy legibles, y de fácil identificación no solo por el tipo de fuente que contienen y por el contraste de color que presentan, al igual que su tamaño.

**Reverso de la Postal.** En la parte superior hay rectángulo de 9.2cm. de largo y 1.7cm. de ancho, de color verde el cual presenta el titulo de la Postal.

En la parte izquierda hay un rectángulo también de 9,2 cm. de largo y 1.7 cm. de ancho, de color blanco, este rectángulo contiene el escudo de el Deportivo Cali, y la información de el año de la presente temporada.

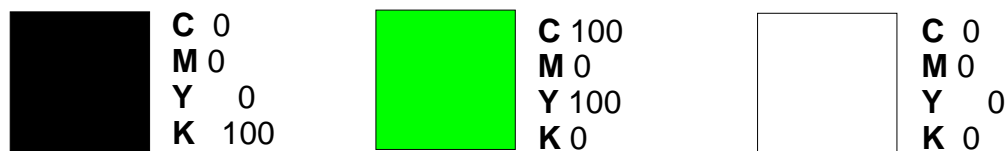
Estos son los colores corporativos del Club Deportivo Cali, solo estos dos colores se utilizaron para el diseño de las Postales.

Utilizamos el color verde para los textos, sobre fondo blanco, y el texto color blanco, con el fondo verde.

estos dos colores los alternamos en la composición de las postales para que logran un fuerte contraste y así obtener mejor legibilidad sobre los textos, y así conservar la identidad de los colores corporativos de la institución.

Este color negro lo utilizamos con los textos que contienen ficha técnica y reseña histórica del club, estos textos están sobre un fondo color blanco, lo cual hace que halla un gran contraste y sea fácil de apreciar toda la información que se muestra de los miembros de el equipo, e institución.

Figura 11. Factores CMYK



**Título de la Postal.** El título de la postal es Deportivo Cali ya que es al equipo al que pertenecen los jugadores que se muestran en cada una de las postales, el título es de color blanco y está sobre un rectángulo con un fondo color verde, esto hace que el texto sea muy legible y destaque no solo por el contraste de color, sino también por su gran tamaño y ubicación. El título de la postal se encuentra en la parte superior de la postal, tanto en el anverso como en el reverso de esta.

**Fotografías e Imágenes.** La postal está compuesta por dos fotografías que muestran al miembro del equipo al cual se hace referencia en la postal y se encuentran en el anverso de la postal. La primera fotografía (principal) mide 12cm de largo y 8,5cm de ancho muestra al individuo parado de frente, permitiendo que pueda ser bien apreciado, además es una fotografía con un gran tamaño, que permite reconocerlo fácilmente. Ya que también se encuentra en un estado de serenidad.

**Textos.** Se utilizaran dos tipos de fuentes para el diseño de las Postales. Para los títulos de gran tamaño se utiliza la fuente “Impact” es una tipografía grande, gruesa con un gran tamaño el cual permite una clara legibilidad para que la información pueda apreciada fácilmente.

Con los colores verde y blanco (colores corporativos del Deportivo Cali) y variando los distintos puntajes dependiendo de la importancia de la información y el tamaño donde se encuentren ubicados los textos.

**Anverso de Postal.** Para el texto que contiene el título de la postal “Deportivo Cali” se utilizo un tamaño de 35pts de color Blanco sobre un rectángulo color verde.

Para el texto que contiene la temporada actual se utilizo un tamaño de 25pts Color verde sobre un rectángulo color blanco.

Para el texto que contiene el nombre del jugador y apellido se utilizo un tamaño de 25pts color blanco sobre un rectángulo color verde.

Para el texto que contiene el número que identifica al jugador se utilizo un tamaño de 45pts. De color blanco sobre un círculo color verde.

**Reverso de la Postal.** Para el texto que contiene el título de la postal “Deportivo Cali” se utilizo un tamaño de 35pts de color Blanco sobre un rectángulo color verde.

Para el texto que contiene la temporada actual se utilizo un tamaño de 25pts Color verde sobre un rectángulo color blanco.

Para el texto que contiene el nombre del jugador y apellido se utilizo un tamaño de 20pts color verde sobre un rectángulo color blanco.

Para el texto que contiene la posición del jugador se utilizo un tamaño de 12pts color verde sobre un rectángulo color blanco.

Para el texto que contiene los patrocinadores oficiales se utilizo un tamaño 9 de 9pts color verde sobre un rectángulo color blanco.

**Reverso de la Postal.** Para el texto que contiene el título de la postal “Deportivo Cali” se utilizó un tamaño de 35pts de color Blanco sobre un rectángulo color verde.

Para el texto que contiene la temporada actual se utilizó un tamaño de 25pts Color verde sobre un rectángulo color blanco.

Para el texto que contiene el nombre del jugador y apellido se utilizó un tamaño de 20pts color verde sobre un rectángulo color blanco.

Para el texto que contiene la posición del jugador se utilizó un tamaño de 12pts color verde sobre un rectángulo color blanco.

Para el texto que contiene los patrocinadores oficiales se utilizó un tamaño 9 de 9pts color verde sobre un rectángulo color blanco.

Otras imágenes son el escudo del Deportivo Cali, que se encuentra tres veces en la postal, uno en el anverso de la postal que mide 1.7 de largo y 1.5 de ancho y se encuentra en la parte superior izquierda de esta, el segundo escudo que mide también 1.7 de largo y 1.5 de ancho y se encuentran en el reverso de la postal, también en la parte superior izquierda, y el tercer escudo mide 2cm de largo y 1.8 cm. de ancho y se encuentra ubicado en la parte inferior de la postal al lado de la reseña histórica de el Deportivo Cali.

Estos escudos del Deportivo Cali se encuentran ubicados sobre un fondo blanco, el cual provoca un gran contraste y gran legibilidad la cual los hace fácil de apreciar, ya que es la imagen corporativa del Club Caleño

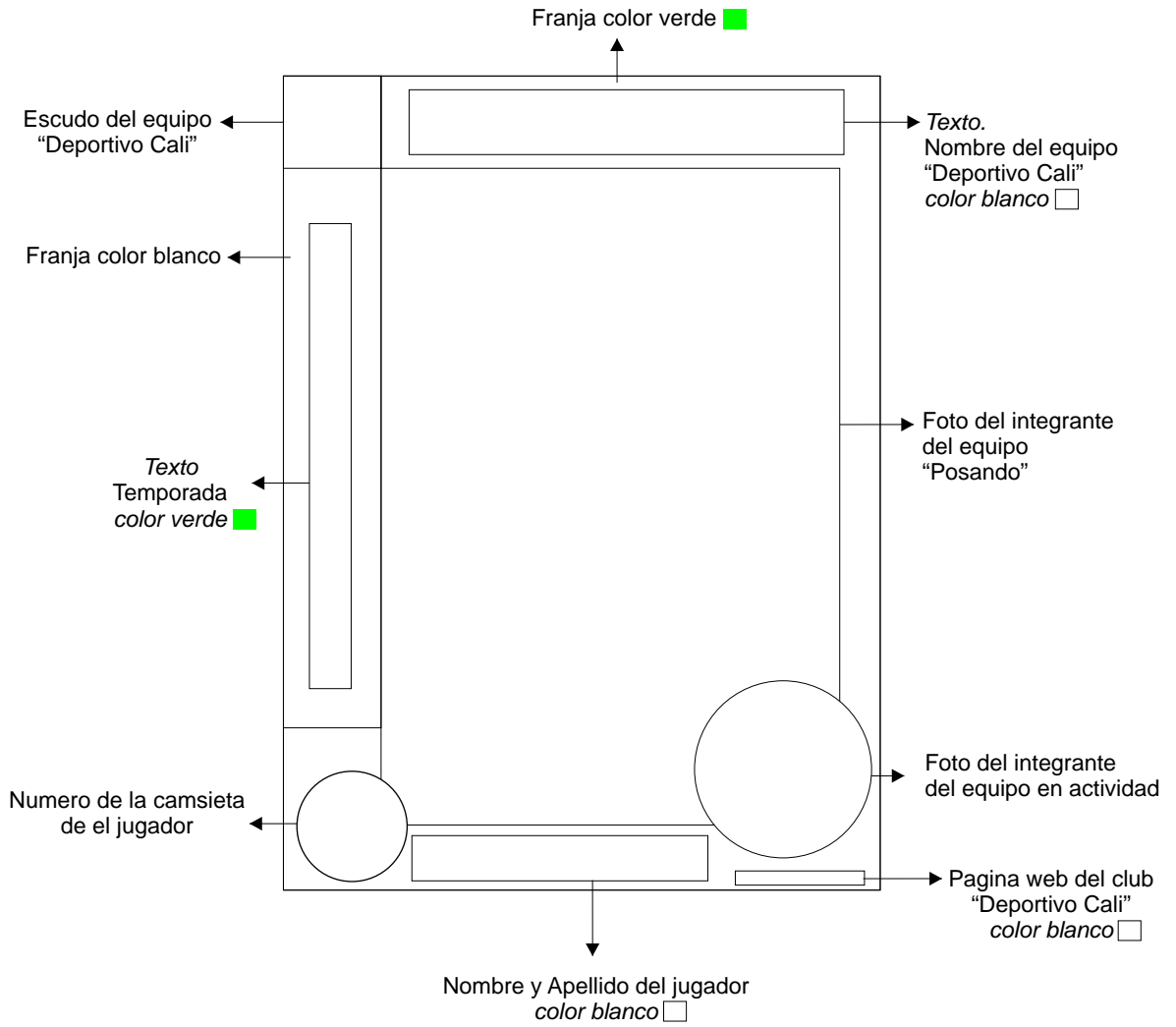
Otra imagen es el número, que contienen las postales de los jugadores del equipo, estos números son aquellos que los identifican en el terreno de juego.

Estos se encuentran ubicados en el anverso y reverso de la postal, son de color blanco y cada número mide 1.2cm de alto y 5 milímetros de ancho, y están sobre un círculo de color verde que mide 2cm de alto y de ancho, el cual hace que tenga un fuerte impacto visual, el cual hace que el número sea legible y fácil de identificar.

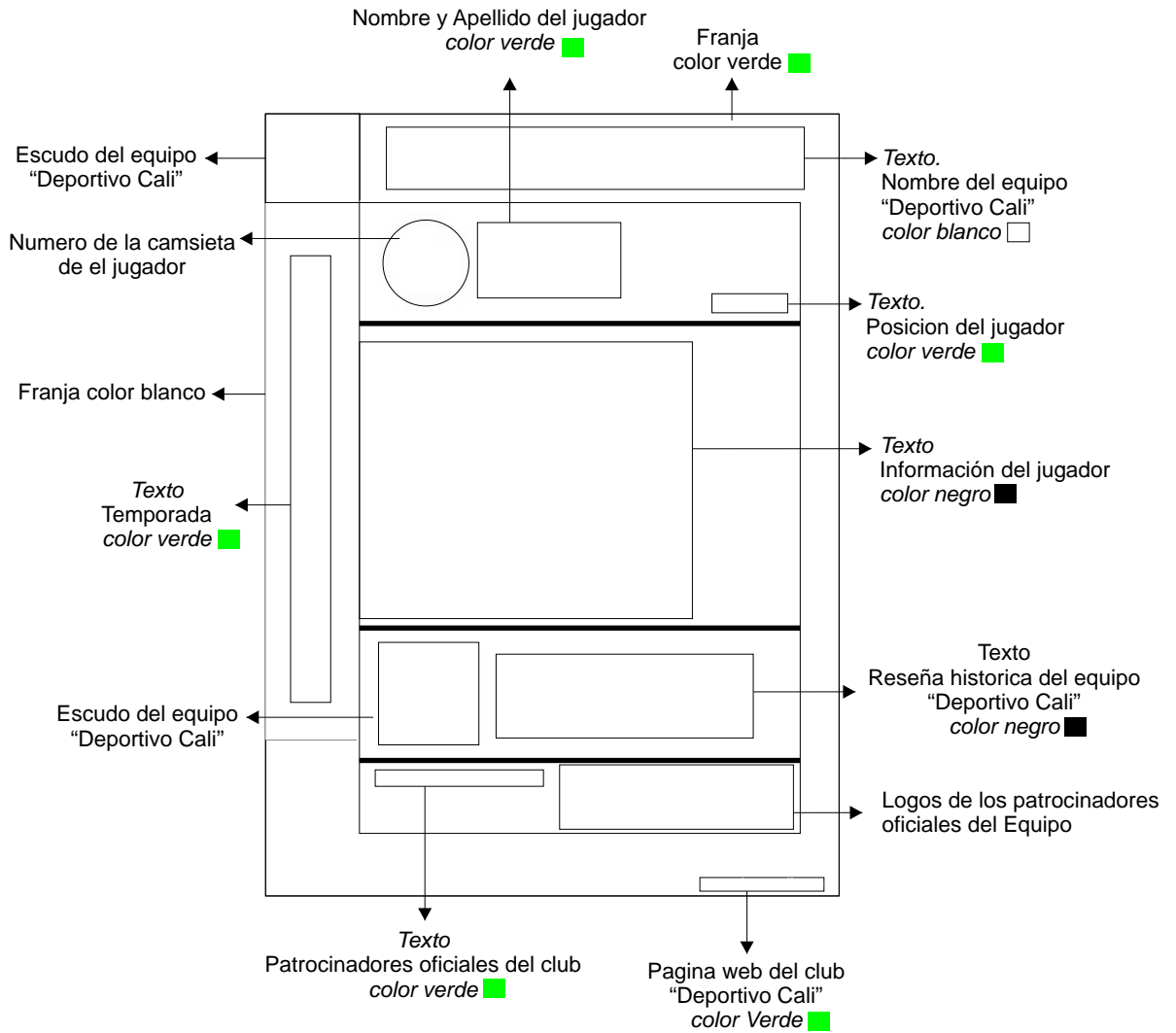
Figura 12. Diseño Postal, Propuesta Final

 TEMPORADA 2008 / 2009	<h1>DEPORTIVO CALI</h1>   <p>1 Bréiner CASTILLO</p> <p>www.deporcali.com</p>	 <h1>DEPORTIVO CALI</h1> <p>1 Bréiner CASTILLO <span>Arquero</span></p> <p><b>Nombres:</b> Bréiner Clemente <b>Apellidos:</b> Castillo Caicedo <b>Fecha de Nacimiento:</b> 5 de mayo de 1978 <b>Lugar:</b> Barbacoas (Nariño) <b>Estatura:</b> 1.85 centímetros <b>Peso:</b> 82 kilos <b>Posición:</b> Arquero <b>Perfil:</b> Diestro <b>Club procedente:</b> Aucas de Ecuador</p> <p> Fundado en 1912 Debut profesional 1948 8 campeonatos nacionales 2 subcampeonatos de copa libertadores 19 participaciones en copa libertadores</p> <p>Patrocinadores oficiales  </p> <p>www.deporcali.com</p>
--	---	--

Figura 13. DiagramaCompositivo frente



**Figura 14. Diagrama Compositivo Respaldo**



## 9. RACIONAL DISEÑO ALBUM

**Diseño de Álbum.** El álbum es una colección empaquetada de artículos relacionados entre sí, este álbum es una carpeta donde se guardan las postales de los miembros del Club Deportivo Cali, en su interior está compuesto por varias bolsas tamaño carta para que se puedan introducir las postales. Cada bolsa está dividida en 2 partes para poner dos postales, por hoja.

**Función Básica.** Conservar las postales y mantenerlas en un buen estado, además facilita la apreciación de cada Información de álbum -Exclusivo solo para guardar las postales de el Deportivo Cali e Informar la temporada a la que pertenecen los jugadores

**Objetivo.** Es que las personas que adquieran las postales puedan guardarlas en las bolsas plásticas, para que no se deterioren, y se conserven, además que permite una fácil apreciación de las mismas, y permite organizarlas adecuadamente.

**Características Generales de el Álbum.** Es una carpeta, para introducir bolsas plásticas tamaño carta.

En el anverso de la carpeta se introducirá la portada del álbum, y en el reverso se introducirá la contra portada, estas dos tendrán un tamaño carta 21,59cm de ancho y 27,9cm de alto.

Este tamaño es el ideal para mostrar adecuadamente todos los elementos que la portada y contra portada contienen, como lo son, imágenes y textos.

Otras imágenes son el escudo del Deportivo Cali, que se encuentra tres veces en la postal, uno en el anverso de la postal que mide 1.7 de largo y 1.5 de ancho y se encuentra en la parte superior izquierda de esta, el segundo escudo que mide también 1.7 de largo y 1.5 de ancho y se encuentran en el reverso de la postal, también en la parte superior izquierda, y el tercer escudo mide 2cm de largo y 1.8 cm. de ancho y se encuentra ubicado en la parte inferior de la postal al lado de la reseña histórica de el Deportivo Cali.



En el álbum se utilizarán imágenes representativas del Deportivo Cali, su mensaje será directo, no solo por los textos que contienen, si no por las imágenes que presenta la portada y contra portada del álbum.

Los textos serán precisos y no se omitirá ninguna información importante. La portada y contra portada d el álbum serán atractivas y enfatizaran los elementos visuales (imágenes, y textos) que destacan la información que presenta.

**Composición del Álbum.** El álbum esta diseñado para introducir bolsas plásticas tamaño carta, tiene una medida de 26cm de ancho y 30cm de largo, contiene una bolsa plástica e la portada y contra portada, donde se introducirán los diseños de cada uno.

**Diseño de la portada del Álbum.** Titulo. El titulo de la portada es “Album Deportivo Cali” se encuentra ubicado en el centro en la parte superior de la hoja.

**Imágenes.** La portada esta compuesta por 4 imágenes. La imagen principal es la de el escudo de el Deportivo Cali, que se encuentra en el centro de la hoja, tienen un tamaño de 15cm de alto y 14cm de ancho.

Este formato permite que el escudo del Deportivo Cali se identifique, inmediatamente. Ya que por su tamaño y el resplandor exterior blanco a su alrededor, logre un fuerte impacto visual.

La segunda imagen es una silueta con la forma del escudo del Deportivo Cali, tiene un tamaño de 22cm de largo y 21cm de ancho, y contiene un resplandor exterior color verde, el cual hace más fácil su apreciación.

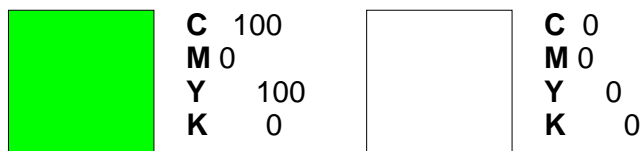
Se encuentra ubicado en el centra detrás de el escudo del Deportivo Cali.

La tercera imagen son las 8 estrellas en la parte superior que conmemoran los campeonatos ganados de el Deportivo Cali, en toda su historia.

Estas estrellas miden 2cm d ancho y alto, de color verde institucional del Deportivo Cali.

**Fondo de Portada.** Es de color blanco, que esta en la parte superior, y va degradándose hasta llegar a la parte inferior hasta llegar al Color verde institucional. Con el fin de mostrar los dos colores corporativos del el Deportivo Cali, el Verde y Blanco, así darle un mayor identidad al diseño de la portada.

Figura 15. Factores CMYK



Estos son los colores corporativos del Club Deportivo Cali, solo estos dos colores se utilizaron para la portada del Álbum.

Utilizamos el color verde para los textos, sobre fondo blanco, y resaltamos la fuente de color verde con un resplandor exterior color blanco.

estos dos colores los alternamos en la composición de la portada del álbum para que logran un fuerte contraste y así obtener mejor legibilidad sobre los textos, y así conservar la identidad de los colores corporativos de la institución.

Textos: Se utilizara la fuente "Impact" es una tipografía grande, gruesa con un gran tamaño el cual permite una clara legibilidad para que la información pueda apreciada fácilmente.

**El reverso de la portada.** Es una imagen que pertenece a una campaña que tiene Deportivo Cali, con su tienda verde y blanco. El Deportivo Cali nos pidió colocar esta imagen en el reverso de el álbum, por que quieren conservar la campaña, así que por eso, el reverso, no fue descrito, ya que no fue diseñado por nosotros, si no que es propio de la institución.

El álbum es una colección empaquetada de artículos relacionados entre si, este álbum es una carpeta donde se guardan las postales de los miembros del Club Deportivo Cali, en su interior esta compuesto por varias bolsas tamaño carta para que se puedan introducir las postales. Cada bolsa esta dividida en 2 partes para poner dos postales, por hoja.

Figura 16. Portada



Figura 17. Contra Portada



## 10. CONCLUSIONES

Es importante recalcar que a lo largo de todo el proceso de desarrollo del proyecto el grupo de trabajo siempre tuvo la mejor disposición y las ganas de realizar un buen trabajo, la gran colaboración que se tuvo mediante todas las etapas fue fundamental para la realización del proyecto, es indispensable reconocer la ayuda ofrecida por los docentes de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Autónoma, lo mismo que la asesoría ofrecida de forma amable del director a cargo del proyecto y también a la junta administrativa del Club Deportivo Cali y su departamento de comunicaciones, no hubiera sido posible de realizarse este proyecto sin su amable colaboración.

Los resultados obtenidos en los procesos de indagación muestran que el proyecto genero gran aceptación entre los encuestados, se debe recalcar que en entre estos se encontraban hinchas del Deportivo Cali, América de Cali entre otros, pasada la presentación y posterior evaluación de este proyecto el grupo de trabajo se dispondrá a presentarlo de forma oficial al Club Deportivo Cali, institución que de antemano se sabe su interés por el proyecto.

## BIBLIOGRAFÍA

PÉREZ, Rafael Alberto. Estrategias de Comunicación. Barcelona: Editorial Toscana, 2001. 476p

ÓRTEGA, Isabel Cristina. Antropología Cultural. 8 ed. Bogotá: Editorial Suramérica, 1999. 272p.

SMITH, Teddy. British Desig. Londres: BIS Publishers, 2006. 314p.

SPINA, Mario. Guia Practica Para Emprender en el Diseño. Buenos Aires: Commte, 2006. 412p.