



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE ARQUITECTURA DISEÑO Y ARTES

CARRERA DE DISEÑO

**DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
DISEÑADOR/A PROFESIONAL CON MENCIÓN EN
DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL.**

***“Kit didáctico, gráfico y multimedia para promover el rugby y
su práctica, en jóvenes de colegios de la ciudad de Quito”***

Nombre:

Henry Javier Hinojosa Carrillo

Director:

Dis. Alejandro Rodríguez Mtr.

Quito, mayo 2016

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi familia, mis padres y mis hermanas que siempre me apoyan en cada proyecto.

Su ayuda y guía han sido la base de mi persona, mi fuerza para continuar y terminar lo que empiezo.

AGRADECIMIENTO

Mi total agradecimiento a mis amigos por toda su ayuda y colaboración en especial a Vivi, Daniel "Jara" y a Iván "Core" Singo, sin ellos este trabajo no hubiera sido posible.

También el agradecimiento a mi equipo de rugby Cerberos y a Luis Antonio por toda su colaboración.

A mi tutor y amigo Alejandro Rodríguez por su paciencia y guía en el proceso del proyecto.

INDICE GENERAL

Indice general	i
Indice de figuras	iii
i.- tema	10
ii.- Resumen	10
abstract	10
iii.- introducción	11
Historia del Rugby	11
Valores del Rugby	12
Modalidades	13
IV. Justificación	14
V. Planteamiento del problema (síntesis)	15
VI. Objetivos	17
VII. Hipótesis	18
VIII. Marco Teórico	19
VIII.II Sociología del Deporte	20
VIII.III Marketing Deportivo	21
VIII.IV Métodos de aprendizaje – Didáctica	22
IX. Metodología	25
X. Síntesis de contenidos de los capítulos	28
Capítulo 1	28
Capítulo 2	28
Capítulo 3	28
CAPÍTULO 1	29
1.1 Investigación	30
1.1.1. El escaso material informativo sobre rugby	30
1.1.2. Reportajes y publicaciones sobre rugby	31
1.1.3. Auto Gestión	33
1.2. La promoción y la difusión del rugby	34
1.2.1. Talleres y eventos por parte de los organismos de Rugby	34
1.2.2. Iniciativas de la Federación Ecuatoriana de Rugby	35
1.2.3. Los equipos y clubes del país	39
1.3. Aceptación del rugby	42
1.3.1. Los colegios participantes.	42
1.3.2. Torneos y Competencias.	47
1.3.3. Entrenadores capacitados.	48
Conclusión del Capítulo I	51
CAPÍTULO 2	52
2.1. Propuesta de diseño	53
2.1.1. Requisitos de diseño	53
2.1.2. Propuesta	55
2.1.2.1 Cuadro Problema	55
2.1.2.2 Matriz de ideas	56
2.1.2.3 Vectores de la Forma	60
2.1.2.4 Concepto	65



2.1.3. Validación del concepto	67
2.2. Desarrollo de los elementos del Kit	68
2.2.1. Identidad Visual del Kit	68
2.2.2 Guía de Bolsillo	88
2.2.3 Guía para presentación	99
2.2.4. Elementos para expositor	103
2.2.5. Audiovisual	105
2.2.6. Packaging	116
2.3. Validación inicial de la gráfica	124
2.3.1. Impacto visual y comunicación efectiva del rugby	124
2.3.2. Parámetros de alto rendimiento	126
Conclusión del Capítulo II	128
CAPÍTULO 3	129
3.1. Presentación del prototipo	130
3.1.1 Signo identificador	130
3.1.2 Guía de bolsillo	131
3.1.3 Guía de presentación	133
3.1.4 Banda de brazo y Pin para expositor	135
3.1.5 Packaging	136
3.1.6 Animaciones	137
3.2. Validación final	138
3.2.1. Validación con un experto	138
3.2.2. Validación con un grupo de usuarios	140
3.3. Aspectos técnicos del proyecto	142
3.3.1. Materiales	142
3.3.2. Técnicas de fabricación	143
3.3.3. Detalles constructivos	144
3.3.4. Costos del proyecto	154
Conclusión del Capítulo III	158
Conclusiones del proyecto	159
Recomendaciones del proyecto	160
Bibliografía	161
Referencias	163
ANEXOS	166

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Leyenda de Webb Ellis.	11
Figura 2: Reglas básicas del rugby	13
Fuente: Tritones Rugby, 2007	13
Figura 3: Esquema del problema	16
Figura 4: Hipótesis	18
Figura 5: Definición de Deporte, Educación Física y recreación	19
Fuente: Currículo Educación Física, 2012	19
Figura 6: Metodología de Design thinking	26
Figura 7. Resumen de material informativo sobre rugby	30
Figura 8. Estadísticas de Facebook	36
Figura 9. Imagen, antigua y nueva del programa Get Into Rugby.	37
Figura 10 Adaptación local del programa GIR.	38
Figura 11 Capturas de pantalla del programa GIR.	39
Figura 12. Clubes de rugby masculino 2014.	40
Figura 13. Clubes de rugby femenino 2014	41
Figura 14. Clasificación de Juegos.	44
Figura 15. Perfil público objetivo	55
Figura 16. Esquema del problema	57
Figura 17. Cuadro del problema	57
Figura 18. Matriz de ideas	58
Figura 19. Resultados más relevantes de la Matriz de ideas	58
Figura 20. Ideas traducidas a objetos de diseño	59
Figura 21. Estrategia del Kit.	59
Figura 22. Flujo sugerido para presentaciones.	60
Figura 23. Acción de diseño y resultados esperados.	60
Figura 24. Vector de la forma, Kit en general.	61
Figura 25. Vector de la forma, Identidad.	62
Figura 26. Vector de la forma, Animación.	63
Figura 27. Vector de la forma, Guía de bolsillo.	64
Figura 28. Vector de la forma, Packaging.	65
Figura 29. Lluvia de ideas - Concepto.	66
Figura 30. Objetivos de brief y propósitos.	67
Figura 31. Relación del Concepto con los elementos.	68
Figura 32. Validación del Concepto.	68
Figura 33. Combinación de atributos.	70
Figura 34. Constelación de atributos.	70
Figura 35. Boceto 1.	71
Figura 36. Referencias de nombres.	72
Figura 37. Lluvia de ideas para "naming"	73
Figura 38. Validación para "naming"	73
Figura 39. Clasificación de Identificadores	74
Fuente: Foroalfa, 2011	74
Figura 40. Mapa mental	75
Figura 41. Palabras clave y el concepto.	76
Figura 42. <i>Visual board</i>	76
Figura 43. Bocetos para identificador.	77

Figura 44. Bocetos digitales	77
Figura 45. Selección de opciones para identificador.	78
Figura 46. Bocetos para identificador.	78
Figura 47. Construcción del símbolo del identificador.	79
Figura 48. Volumen del balón para símbolo del identificador.	80
Figura 49. Líneas de movimiento del símbolo del identificador.	80
Figura 50. Símbolo del identificador.	81
Figura 51. Recurso tipográfico.	81
Figura 52. Bocetos de tipografía	82
Figura 53 Tipografía para identificador.	82
Figura 54. Ubicación de tipografía para identificador.	83
Figura 55. Boceto final de identificador.	83
Figura 56. Lluvia de ideas para eslogan.	84
Figura 57. Tipografía secundaria para eslogan.	85
Figura 58. Tipografía secundaria para eslogan.	85
Figura 59. Boceto final del signo identificador con eslogan.	85
Figura 60. Paleta cromática del Kit.	87
Figura 61. Combinaciones de color de logotipo con símbolo.	87
Figura 62. Boceto final del identificador a color.	88
Figura 63. Información para guía de bolsillo.	89
Figura 64. Opciones de formato para guía de bolsillo.	91
Figura 65. Bocetos para guía de bolsillo.	91
Figura 66. Retícula Guía de bolsillo	92
Figura 67. Recorrido visual de Guía de bolsillo	93
Figura 68. Familia Roboto.	93
Figura 69. Familia Encode Sans, Black	94
Figura 70. Boceto para personaje.	94
Figura 71. Personaje base. Ilustración: Iván Singo	95
Figura 72. Paleta cromática para guía de bolsillo	95
Figura 73. Portada para guía de bolsillo	96
Figura 74. Boceto Guía de bolsillo tiro, retiro y plegado.	97
Figura 75. Guía de bolsillo tiro sobre retícula.	98
Figura 76. Guía de bolsillo retiro sobre retícula.	99
Figura 77. Boceto para Guía de presentación.	100
Figura 78. Guía de presentación, retícula.	101
Figura 79. Guía de presentación, Actividad A.	102
Figura 80. Guía de presentación, Actividad B.	103
Figura 81. Guía de presentación, portada.	103
Figura 82. Guía de presentación, contraportada.	104
Figura 83. Guía de presentación, lineamientos y sugerencias.	104
Figura 84 . Boceto Digital Banda para expositor con velcro.	105
Figura 85. <i>Mock up</i> - Pin para expositor.	105
Figura 86. Información del guion para animación 1	107
Figura 87. Información del guion para animación 2	107
Figura 88. Esquema gráfico del guion 1.	108
Figura 89. Esquema gráfico del guion 2.	109
Figura 90. Referencia de personajes infográficos.	110
Figura 91. Referencia de personajes infográficos.	110

Figura 92. Características y rasgos del personaje.	111
Figura 93. Personaje base. Ilustración: Iván Singo	111
Figura 94. Personaje mujer. Ilustración: Iván Singo	111
Figura 95. Modificaciones del personaje base.	112
Figura 96. Extracto del <i>storyboard</i> de animación 1 (<i>Storyboard</i> completo en anexo 7)	113
Figura 97. Extracto del <i>storyboard</i> de animación 2 (<i>Storyboard</i> completo en anexo 7)	114
Figura 98. Extracto del <i>storyboard</i> de animación 2 (<i>Storyboard</i> completo en anexo 7)	115
Figura 99. Extracto del <i>animatic</i> .	116
Figura 100. Proceso de diseño.	117
Figura 101. Referencia de contenedores de balón.	118
Figura 102. Bocetos para packaging.	119
Figura 103. Bocetos digitales para packaging.	120
Figura 104. Maqueta de opción 1 para packaging.	121
Figura 105. Maqueta de opción 2 para packaging.	121
Figura 106. Maqueta de opción 3 para packaging.	121
Figura 107. Calificación de maquetas para packaging.	122
Figura 108. Maqueta a escala real de la opción 3 para packaging.	122
Figura 109. Referencia de maleta deportiva.	123
Figura 110. Detalle de cocido del cordón en maqueta.	123
Figura 111. Detalle de mecanismo de cierre en maqueta.	123
Figura 112. Aplicación del identificador en packaging	124
Figura 113. Confrontación de los 14 parámetros de alto rendimiento con el identificador.	128
Figura 114. Propuesta final. Signo identificador a color del proyecto	131
Figura 115. Propuesta final. Signo identificador con eslogan a color	131
Figura 116. Propuesta final. Guía de bolsillo, Retiro	132
Figura 117. Propuesta final. Guía de bolsillo, Tiro	133
Figura 119. Propuesta final. Guía de presentación, portada - contraportada.	134
Figura 120. Propuesta final. Guía de presentación, instrucciones.	134
Figura 118. Foto de prototipo final. Guía de bolsillo, doblada.	134
Figura 121. Propuesta final. Guía de presentación, actividad A.	135
Figura 122. Propuesta final. Guía de presentación, actividad B.	135
Figura 123. Foto prototipo final. Guía de presentación.	135
Figura 124. Foto prototipo final. Banda para brazo.	136
Figura 125. Foto prototipo final. Pin	136
Figura 126. Foto prototipo final. Packaging cerrado.	137
Figura 127. Foto prototipo final. Packaging abierto.	137
Figura 128. Foto detalle. Packaging impresión sobre cartón.	138
Figura 129. Foto detalle. Packaging memoria USB.	138
Figura 130. Capturas de pantalla de la animación "Valores del rugby".	139
Figura 131. Capturas de pantalla de la animación "Reglas del rugby".	141
Figura 133. Foto del entrenador de rugby Luis Antonio observando el Packaging del Kit.	143
Figura 132. Entrevista realizada al entrenador de rugby Luis Antonio.	143
Figura 134. Foto del grupo de chicos y chicas del Colegio Ecuatoriano Suizo interactuando con los elementos del Kit.	144
Figura 135. Resultados de encuesta de validación.	145
Figura 136. Detalle para impresión de guía de bolsillo.	148
Figura 137. Arte final armado para impresión en MegaA3, tiro.	149
Figura 138. Arte final armado para impresión en MegaA3, retiro.	150

Figura 139. Detalle para impresión de guía de presentación.	151
Figura 140. Arte final armado para impresión en A4, tiro.	151
Figura 141. Arte final armado para impresión en A4, retiro.	152
Figura 142. Plano técnico para corte y armado de empaque.	153
Figura 143. Plano técnico para corte y armado de caja interna del empaque.	154
Figura 144. Guía de armado del empaque.	155
Figura 145. Guía de armado para caja interna del empaque.	156
Figura 146. Captura de pantalla del programa After Effects.	157
Figura 147. Costos del proyecto.	158
Figura 148. Cotización para la producción del packaging.	159
Figura 149. Cotización para guías de bolsillo y de presentación.	160
Figura 150. Recibos y facturas para la producción del prototipo.	161

I.- TEMA

Kit didáctico, gráfico y multimedia para promover el rugby y su práctica, en jóvenes de colegios de la ciudad de Quito.

II.- RESUMEN

El presente documento es una propuesta académica para apoyar al Rugby en su difusión dentro de instituciones educativas de nivel secundario.

Se desarrolla en el ámbito deportivo interviniendo desde la comunicación visual para informar al público adolescente sobre el rugby y sus valores. Por medio de la metodología del *Design Thinking* se propone una solución estratégica, la cual permite llegar con la información directamente a los colegios. Todo esto bajo un concepto general que abarca todos los elementos del Kit.

Se diseñó varios elementos visuales a través de fundamentos teóricos como el uso de fondo-figura, equilibrio, psicología del color, entre otros. También se trabajó de forma interdisciplinaria con un ilustrador y animador para obtener resultados eficientes que cumplan con los requisitos de diseño. Estos elementos visuales se juntan a un par de actividades lúdicas con el balón, para las cuales se requiere la participación de los estudiantes, pues de esta manera, permite tener un acercamiento al modo de juego y su reglas básicas.

ABSTRACT

This document is an academic proposal to help Rugby into their dissemination around the high schools and their students.

It takes place in sports, taking action from the visual communication to inform the teenage audience about the rugby and their values. Through the Design Thinking methodology is proposed a strategic solution, which allows getting the information into the high schools. All of it under the general concept that involves all of the Kit's pieces.

It gets design several visual elements through the theoretical fundamentals as the use of equilibrium, color psychology among others. Also, it gets work in an interdisciplinary way with an Illustrator and Animator to get efficient results to satisfy the requirements of design. This visual pieces joined to a couple of playful activities with the ball. For which it is required the participation of the students, this helps an approach to game play and its basic rules.

III.- INTRODUCCIÓN

Historia del Rugby

La leyenda del rugby nace en 1823, en el poblado que lleva el mismo nombre: Rugby, Inglaterra. En esa época en el colegio de la ciudad durante un partido de fútbol, el joven William Webb Ellis levantó el balón con sus manos y corrió hasta la meta del oponente. Los asistentes que tuvieron gusto de tal acción decidieron implementar más reglas y fueron formando el juego. En la actualidad existe una placa conmemorativa de esta leyenda y está ubicada en el mismo colegio donde todo empezó. (RugbyFootballHistory, 2015)



Figura 1: Leyenda de Webb Ellis. Fuente: Clemares, 2008

El deporte a lo largo de los años siguió creciendo. Se lo implementó en las universidades como Cambridge y Oxford y gracias a sus estudiantes se lo difundió por diferentes partes del mundo. Por esta razón las ex colonias europeas como Australia, Nueva Zelanda y Sudáfrica cuentan con selecciones de primer nivel. (Unión Argentina de Rugby, 2014)

De igual forma el deporte llega al continente sudamericano gracias a los ingleses que visitaban o vivían en Argentina. Se tiene registrado en la Unión Argentina de Rugby que en el año 1864 se funda el primer club de rugby "Buenos Aires Football Club". Por la misma razón también se comienza a difundir en Uruguay y un poco menos en Chile. (Unión Argentina de Rugby, 2014)

En el Ecuador de acuerdo a una entrevista a Galo Narváez (antiguo presidente de la Federación de Rugby del Ecuador), obtenida del TFC de Edison Avellaneda (2013), el rugby en el país pudo empezar en los años 30 o 40 por marinos británicos en las costas del Ecuador y también se sabe que en los años 70 y 80 los residentes argentinos lo practicaron en Quito y Guayaquil.

Continuando así la expansión del deporte dentro de todo el continente sudamericano y difundiendo su filosofía propia dentro y fuera del campo de juego.

Uno de los pilares más importantes del rugby es el espíritu de juego. Esto no ha cambiado desde su creación. El Rugby no sólo se juega ajustándose a las Leyes sino también dentro del espíritu de las Leyes. (IRB, 2013) Para lograr esto deben estar involucrados: jugadores, árbitros, entrenadores y espectadores.

Valores del Rugby

El Rugby también tiene una base fundada en valores. Los mismos siempre son el fundamento de la enseñanza, el rugby no puede existir sin estos valores, que son:

INTEGRIDAD: *La integridad es central para la estructura del Rugby y se genera mediante la honestidad y el juego limpio.*

PASIÓN: *La gente del Rugby tiene un apasionado entusiasmo por el Juego. El Rugby genera entusiasmo, adhesión emocional y sentido de pertenencia a la Familia mundial de Rugby.*

SOLIDARIDAD: *El Rugby proporciona un espíritu unificado que conduce a amistades que duran toda la vida, camaradería, trabajo en equipo y lealtad, que trascienden las diferencias culturales, geográficas, políticas y religiosas.*

DISCIPLINA: *La disciplina es una parte integral del Juego tanto dentro como fuera de la cancha y está reflejada en la adhesión a las Leyes, Regulaciones y valores centrales del Rugby.*

RESPECTO: *El respeto por los compañeros, oponentes, oficiales de partidos y aquellos involucrados en el Juego es esencial. (IRB, 2013)*

Incluso de acuerdo a la International Rugby Board, se define que el deporte tiene un valor agregado: "El Rugby es valorado como un deporte para hombres y mujeres, niños y niñas. Contribuye al trabajo en equipo, entendimiento, cooperación y respeto de los compañeros atletas." (IRB, 2013)

Siendo así que el rugby es un deporte que tiene participantes desde los 6 hasta los 60 años. Hasta el año 2008 se registró un estimado de hasta de tres millones de jugadores en el mundo entero, niños y niñas, hombres y mujeres. (IRB, 2013)

En el documento de juego se dice que el rugby debe adaptarse a las edades y situaciones de la persona que lo practica. No es lo

mismo el deporte para una persona "senior" de más de 20 años que para un niño de 12, en cada situación hay variables que se acoplan para tener un desempeño adecuado del deporte y siempre pensando en el bienestar y seguridad de los jugadores. (IRB, 2013)

Modalidades

En este deporte se puede contar con diferentes variedades del rugby, de acuerdo a la IRB (2013) como son:

- Rugby XV: Es la versión más conocida, en la cuál 15 jugadores por equipo juegan un partido de 80 minutos, dividido en dos tiempos. También es conocido como "Rugby Union". Dentro de un equipo los jugadores se dividen en 2 grupos: *Fowards* (delanteros) y *Backs* (tres cuartos).

- Rugby Seven: en el cual los equipos son de 7 personas, en vez de 15, las reglas difieren poco en relación al rugby XV's. Por ejemplo se usa la misma cancha, y la misma distribución de los jugadores, 3 son *fowards* y 4 *Backs*. Una de las diferencias importantes es que tiene una menor duración de cada partido. Dura entre 7 y 10 minutos por tiempo, varía dependiendo del torneo.

- Rugby *touch*: Fue creado hace aproximadamente más de 40 años. Su creación fue a partir de la idea de un entrenador el cual quiso reducir el contacto de sus jugadores en tiempos de pretemporada. Fue pensado también que serviría para momento en los que el terreno no sea césped natural, es decir, arena, césped artificial, patios de cemento, etc.

Otra de las diferencias consiste en la prohibición de patear el balón, puesto que la cancha puede ser de dimensiones reducidas y también para evitar el contacto al mínimo. (Rugby en la Escuela)

A diferencia del *tag* rugby, no se lleva una cinta, pero al momento de que un oponente topa con ambas manos a un jugador del otro equipo, equivale a un tackle, así también el contacto es reducido.

- Tag rugby: una modalidad en la cual los jugadores llevan una cinta en sus caderas, y si un oponente, retira esa cinta, equivale a un tackle, con este tipo de juego se elimina en el contacto físico, abriendo la posibilidad de que cualquier persona lo pueda jugar.



Figura 2: Reglas básicas del rugby
Fuente: Tritones Rugby, 2007

En el mundo del Rugby existe una frase inglesa de autor anónimo que dice: "el fútbol es un juego de caballeros jugado por villanos y el rugby un juego de villanos jugado por caballeros." (bbc, 2005)

IV. JUSTIFICACIÓN

Considerando que el Rugby es un deporte inclusivo, se convierte en un tema de interés social. A pesar de ser nuevo en nuestro país y que actualmente cuenta con 300 jugadores a nivel nacional, además que siendo uno de los objetivos del presidente de la Federación, el llegar a un estimado de 1500, es necesaria la intervención en varios aspectos para lograr este propósito, también es relevante puesto que es parte de los objetivos de la naciente Asociación de Rugby de Pichincha (Consur, 2014)

Como dato se considera que en el año 2008 fueron 80 jugadores registrados, por lo que muestra que el crecimiento de jugadores en estos años fue bastante considerable, incluso con las divisiones femeninas, que antes no existían. (Avellaneda, 2013)

Desde el punto de vista de la comunicación visual, es muy importante considerar el apoyo de los medios, en donde el diseño gráfico puede aportar de manera significativa, creando una adecuada estrategia integrada hacia el grupo objetivo de los jóvenes, que son necesarios para que cualquier actividad deportiva pueda crecer y masificarse dentro del país. En la actualidad la comunicación visual juega un papel muy importante, como menciona Jorge Frascara (2006), "se trabaja en la interpretación, el ordenamiento y la presentación visual de mensajes".

A modo personal el tema es relevante por ser parte del objetivo general del deporte en sí y del club, que es lograr que más gente sin importar su género ni edad, lo practiquen y aprendan los valores que genera, en las personas que lo juegan. Y para realizar el proyecto, se cuenta con el apoyo de uno de los clubes de Quito, que es: Club Cerberos, del cual, yo como autor de este documento, fui integrante, y anteriormente a esto también fui parte del club de la Universidad Católica del Ecuador.

La filosofía del juego ha cambiado en mí, la forma de enfrentar las situaciones difíciles en la vida, el aprender que se puede empujar para ganar un metro con la ayuda de tus compañeros y que tu rival no siempre es tu enemigo. Todo esto lo ha hace diferente a otros deportes que he practicado a lo largo de estos años.

Con el club mencionado, se propone validar ciertos temas y conocimientos, y en el futuro apoyar su proyecto propio para la promoción del deporte. Al mismo tiempo que es una posibilidad para poder tener su primer equipo juvenil.

V. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA (SÍNTESIS)

Debido a la filosofía del Rugby, se puede ver el gran crecimiento que ha tenido dentro del país en la última década.

Sin embargo la escasez en el material informativo para aprender sobre su modo de juego, dificulta la expansión a gran nivel del deporte rugby en el Ecuador. Esto se contrasta con las iniciativas de difusión realizadas gracias a los jugadores de los equipos ya formados y de la Federación Ecuatoriana de Rugby.

La aceptación que ha tenido el deporte en general ha sido positiva y lo que respecta a las instituciones educativas de bachillerato, algunas ya han abierto sus puertas, brindando una oportunidad para la práctica del rugby por parte de sus educandos. Pero esto sucede después de recibir información sobre el mismo.

Esto se resume en el esquema del problema, identificado en la figura 3.

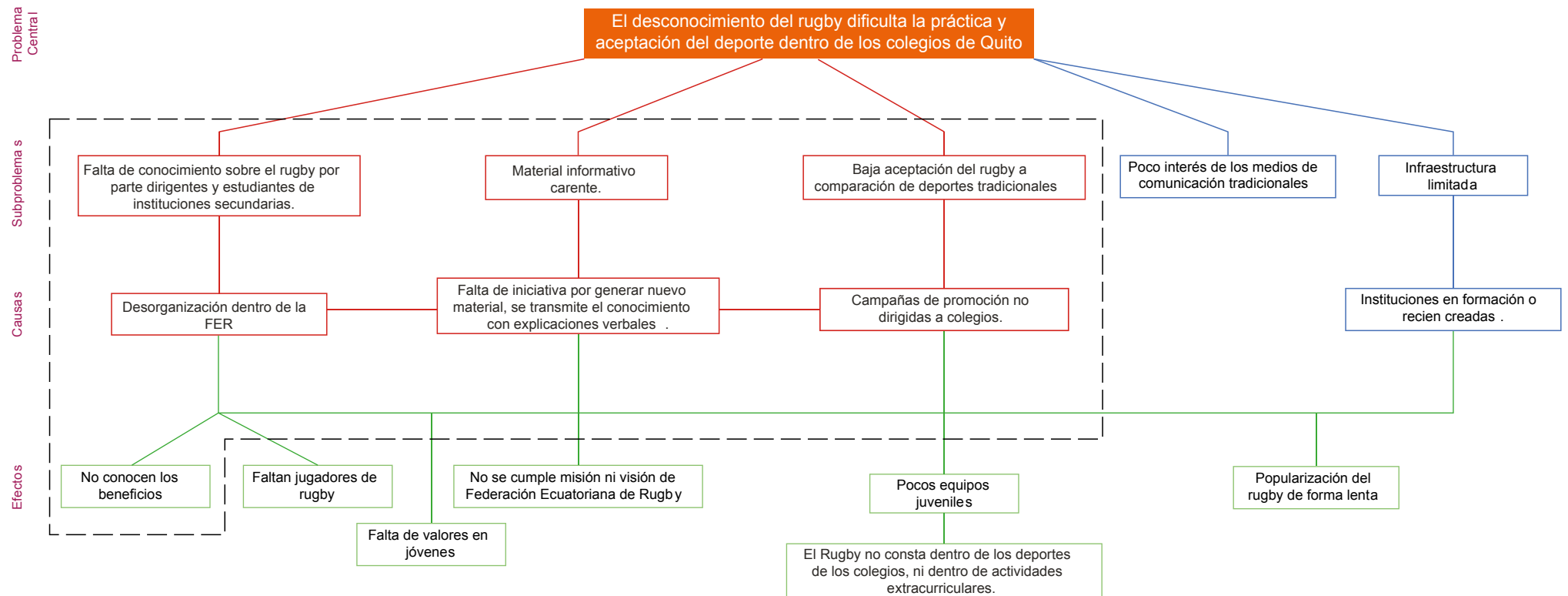


Figura 3: Esquema del problema

Por lo tanto para resolver el desconocimiento del rugby por falta de material informativo dirigido a los jóvenes afectando así la masificación del deporte, se plantea la creación de un Kit para que se pueda informar y promover sobre el rugby en los colegios de Quito.

VI. OBJETIVOS

General

Diseñar un Kit didáctico, gráfico, multimedia y promocional para dar a conocer el rugby a los jóvenes de los colegios de la ciudad de Quito.

Específicos

1. Investigar y analizar el porqué del desconocimiento del rugby y la falta de su práctica.
2. Proponer y diseñar los elementos visuales que conformarán el Kit.
3. Validar la propuesta gráfica, que contiene las reglas básicas y transmite los valores del Rugby, con un grupo de estudiantes.

VII. HIPÓTESIS

Hipótesis	Variables	Indicadores
<p>PREMISA El desconocimiento del Rugby dificulta la práctica y aceptación del deporte dentro de los colegios de Quito.</p> <p>RESPUESTA Esto se debería:</p> <p>a) A la carencia de materiales de información sobre el juego para las personas interesadas en practicarlo.</p> <p>b) La estrategia de promoción por parte de los organismos de Rugby del Ecuador, es a nivel general y no dirigido a los colegios.</p> <p>c) Falta de interés dentro de las instituciones educativas para aprender nuevos deportes, diferentes a los tradicionales.</p> <p>EXPLICACIÓN Y se explica por:</p> <p>a) A las personas interesadas se les explica de forma verbal y empleando la práctica pero hacen falta herramientas de comunicación gráfica que aclaren la dinámica del juego, reglas, valores, entre otros.</p> <p>b) Hay aspectos de organización que dificultan la incursión en el grupo estudiantil.</p> <p>c) Los deportes tradicionales tienen mayor apoyo dentro de las instituciones educativas.</p>	a) Información sobre rugby (Material informativo)	Fuentes de consulta
		Reportajes - publicaciones
		Auto gestión
	b) Campañas de promoción del Rugby	Talleres, eventos Redes Sociales
		Iniciativas de la FER
		Cantidad de equipos / clubs
	c) Aceptación del Rugby	Colegios participantes
		Torneos / Competencias
		Cantidad Entrenadores

Figura 4: Hipótesis

VIII. MARCO TEÓRICO

VIII.I Deporte

En el siguiente recuadro podemos observar el concepto que se tiene para el deporte, la educación física y la recreación. Esto según el documento creado por el ministerio de deporte y de educación en la reforma del Currículo De educación Física para Bachillerato.

- **Deporte:** El deporte es toda actividad física y mental caracterizada por una actitud lúcida y de afán competitivo de comprobación o desafío, dentro de disciplinas y normas preestablecidas constantes en los reglamentos de las organizaciones nacionales y/o internacionales correspondientes, orientadas a generar valores morales, cívicos y sociales y desarrollar fortalezas y habilidades susceptibles de potenciación.
- **Educación física:** Es una disciplina que basa su accionar en la enseñanza y perfeccionamiento de movimientos corporales. Busca formar de una manera integral y armónica al ser humano, estimulando positivamente sus capacidades físicas.
- **Recreación:** Son todas las actividades físicas lúdicas que empleen al tiempo libre de una manera planificada para constituirse en una verdadera terapia para el cuerpo y la mente, buscando un equilibrio biológico y social en la consecución de una mejor salud y calidad de vida.

Figura 5: Definición de Deporte, Educación Física y recreación
Fuente: Currículo Educación Física, 2012

Para continuar con la relevancia del deporte en la sociedad, podemos considerar las palabras que constan dentro de la carta olímpica que dice: *"La práctica deportiva es un derecho humano. Toda persona debe tener la posibilidad de practicar deporte sin discriminación de ningún tipo y dentro del espíritu olímpico, que exige comprensión mutua, espíritu de amistad, solidaridad y juego limpio."* (COI, 2011)

El deporte de acuerdo a la definición de la RAE (Real Academia Española), *"es aquella actividad física de competición que involucran un entrenamiento y normas a seguir"*, por lo tanto para hablar de del deporte contemporáneo podemos referirnos hasta el siglo XIX, en donde Thomas Arnold, director de la Escuela de Rugby (Ciudad de Inglaterra), creó una serie de deportes y actividades para sus alumnos a través de la competición para mejorar sus habilidad y desarrollar lo que es conocido como *"fair play"*, es decir, educar usando al deporte como medio. (Amigó, et al, 2004)

Cabe decir que el juego de acuerdo a ciertos autores, se diferencia del deporte, y que en sí es la primera actividad, que el ser humano realiza a modo de actividad física, por ejemplo una definición de juego de acuerdo a Huizinga, (Eiroá, 2000, p10) dice: *"el juego es una acción o una actividad voluntaria, realizada en ciertos límites fijos de tiempo y lugar, según una regla libremente consentida pero absolutamente imperiosa, y provista de un fin en sí, acompañada de una sensación de tensión y de júbilo, y de la conciencia de ser otro modo que en la vida real. El juego es el origen de la cultura."*

Por lo general el juego se lo asocia con los primeros años, es decir la infancia, que por lo general al crecer el individuo deja de hacerlo,

ya sea por concepciones culturales o de la sociedad. (Eiroá, 2000)

Por lo tanto se debe decir que en cierto modo el deporte es un juego, pero su diferencia, radica en que se vuelve concreto en su tipo, y se convierte en una "actividad lúdica y de superación personal, realizada mediante la motricidad e inmersa en un reglamento adecuado institucionalmente." (Eiroá, 2000, p11)

VIII.II Sociología del Deporte

Empezando con la sociología del deporte, en la época actual existe un cambio con respecto a quien practica ciertos deportes y quien no, se conoce que en la antigüedad ciertas actividades deportivas eran consideradas solo para la aristocracia. Pero con el pasar del tiempo la tendencia es hacia las masas, el deporte para todos, y es por su interrelación con la cultura de cada sociedad, gracias al aporte de la comunicación mediática, que lo ha ayudado a que se globalice sin importar las nacionalidades, religión y diferencias culturales. (García Ferrando, et al, 2009)

Con todos estos cambios se nota uno en especial, en el cual el deporte pasa a ser un medio de entretenimiento para las sociedades modernas, y se ha fusionado de tal forma con el comportamiento de las personas que se encuentra casi en todas las instancias de la vida. (García Ferrando, et al, 2009)

Dentro de los avances se debe considerar el efecto que tuvo la globalización en este tema, puesto que las fronteras van desapareciendo y esto genera que una gran cantidad de personas en el mundo se conviertan en practicantes o espectadores de un deporte antes desconocido para ciertos países o culturas, por ejemplo deportes orientales practicados en regiones occidentales y viceversa. (García Ferrando, et al, 2009)

Incluso el mensaje del deporte fue modificándose, puesto que en un tiempo atrás se enfocaba solo en ganar, pero desde años atrás, se popularizó la idea que conecta al deporte con el estar sano y la sensación de bienestar para las personas. (García Ferrando, et al, 2009)

En la actualidad no podemos negar que el deporte es visto como un espectáculo, un hecho social, económico, cultural de gran trascendencia puesto que mueve varios sectores de la población ya sea por parte de aficionados, espectadores o jugadores, todo esto llevado al nivel de emociones y tensiones creadas para entretener y por eso *"la gran importancia que ha alcanzado el espectáculo deportivo a partir de la acción conjunta de tres aspectos de la emergente configuración social moderna: el hecho de que el deporte ha cobrado fuerza como una de las principales fuentes de emoción agradable, el hecho de que se ha convertido en uno de los principales medios de identificación colectiva, y el hecho de que*

ha llegado a constituirse en una de las claves que dan sentido a la vida de muchas personas." (Efdeportes, 2001)

Pero de forma contrastante, se observa el deseo de las personas por la actividad física sin necesidad de regulaciones ni organizaciones que estén involucradas, aquellas personas buscan un contacto más íntimo con la naturaleza y consigo mismo, por eso nacen las actividades deportivas al aire libre como el senderismo, surf. Al igual que los que involucran más riesgo y límites y se los denominan de aventura, por la adrenalina generada, como el caso del rafting, parapente, entre otros. (Efdeportes, 2001)

En conclusión, el deporte es parte fundamental de la sociedad, y de su cultura. Se lo practica a diferentes niveles, ya sea de forma puramente recreativa, o de competencia, o solo por afición y gusto.

También el crecimiento de la actividad deportiva en general se debe en parte al lado comercial que rige en casi todas las disciplinas del mundo del deporte. Al impulso de la publicidad y promoción que se da en ciertas disciplinas alrededor del mundo. Por lo tanto su popularidad está ligada a este tema.

VIII.III Marketing Deportivo

El siguiente eje teórico que nos ayudará en el desarrollo del presente proyecto es el marketing deportivo. Puesto que es una de las nuevas herramientas que se usa dentro del entorno deportivo, en sus diferentes niveles, el cual ayuda los distintos actores involucrados como serían, deportistas, organizaciones, federaciones, clubes, empresas privadas, empresas de equipo deportivo, por nombrar algunos. Por lo tanto podemos entender que a la esencia del marketing deportivo como "la capacidad de interpretar la evolución permanente del deporte para crear "valor", "entusiasmar" y "provocar deseos" que puedan ser cumplimentados por los consumidores en el marco de su nueva ubicación social." (Molina & Aguiar, 2003)

Para instituciones públicas o asociaciones deportivas, el marketing deportivo les permite transmitir los beneficios de su deporte a la sociedad, generalmente acompañado de hábitos y valores propios de la práctica deportiva. (Gilibets, 2013)

Dentro del mundo deportivo se debe considerar que lo que se ofrece es un producto del tipo "intangibles", es decir está dentro del tipo de una experiencia antes que un objeto en sí. Otro punto es que no es un producto que primero se "produce" y luego se "consume", al ser una actividad, esto es simultáneo, lo cual puede generar un conflicto con respecto al control de calidad de lo que el usuario recibe. (Nogales, 2006)

De igual manera es una actividad de estilo perecedero, puesto que

no puede ser almacenado como un objeto, y también depende bastante del nivel de participación del cliente, el cual tampoco puede sentir el derecho de propiedad sobre lo que consume puesto que no es un bien material. (Nogales Juan, 2006)

Como parte de las estrategias generales del marketing para lograr llegar a sus clientes, se utiliza una fórmula conocida como AIDA, llamada así por las letras de cada acción a tomar como parte de nuestro método, esto se lo despliega de la siguiente manera:

Atención: Sirve para captar la atención de nuestro futuro cliente, pero siempre pensando en nuestro producto o en este caso, servicio, por lo tanto se debe buscar la manera de que lo que ofrecemos sea muy vistoso y llamativo para nuestro público objetivo, y destaque de entre la competencia.

Interés: luego de obtener la atención, debemos explotar el posible interés en nuestro producto, para eso debemos comunicar los beneficios y posibles características que sean las mejores para nuestro cliente.

Deseo: en este momento es cuando nuestro producto debe realmente ser la mejor opción para el cliente, ser el producto que mejore su vida por así decirlo.

Acción: Es la etapa final, en la cual indicamos que debe realizar nuestro usuario, para obtener nuestro producto o servicio, anteriormente ofrecido, y así cerrar el círculo de nuestra "venta" (Gili, 2011)

Por lo tanto el marketing nos puede ayudar a transmitir el mensaje de una forma eficiente, una vez que conozcamos a nuestros futuros consumidores. Usando las diferentes herramientas aplicadas por diferentes marcas o deportes, pero sin caer en el consumo netamente comercial.

VIII.IV Métodos de aprendizaje – Didáctica

El aprendizaje es la acción por la cual adquirimos nuevos conocimientos y los volvemos parte de nuestro comportamiento o conducta. Se comprende como parte a la solución de los problemas, es decir, el aprender sucede gracias a una ocurrencia, comprensión o intuición. Lo que se aprende por comprensión puede transferirse de mejor manera a situaciones similares, a diferencia de cuando surge de una mecanización. (Ramírez, 2002)

A lo largo de los años, han surgido varios métodos de aprendizaje para lograr una mejor comprensión por parte de los alumnos. Pero dentro de estos métodos hay uno que tiene relación con nuestro proyecto y es el aprendizaje significativo.

El aprendizaje significativo según Carl Rogers se basa en el alumno,

en el cual el proceso se basa más en experiencia que proceso de memorización. Es un proceso que involucra la interiorización del conocimiento. (Ramírez, 2002)

- **Aprendizaje de representaciones**

Es el más básico, cuando una imagen o símbolo representa lo que es en realidad, por ejemplo el asociamiento de las palabras con los objetos.

- **Aprendizaje de Conceptos**

Como se cita en (Ramírez, 2002), Ausubel dice que son los eventos, objetos, situaciones o propiedades que contienen atributos de criterio designados por un símbolo o signo. Y se da en primer lugar por la diferenciación, generalización, la formulación y comprobación de hipótesis conjunto experiencias de descubrimiento. Y al avanzar en la instrucción se compara conceptos ya adquiridos con los nuevos.

- **Aprendizaje de Proposiciones**

En el cual dos conceptos son ligados a través de una unidad semántica. La relación entre las ideas que el alumno tiene y la nueva información entregada a él. Dentro de este esquema existen tres maneras para lograr el aprendizaje, y estas son:

- a) Subordinado.- Cuando el nuevo concepto se incluye en ideas más amplias que ya existen en la estructura cognoscitiva del sujeto.

- b) Supra ordenado.- El concepto que se aprende engloba otros ya existentes.

- c) Combinatorio.- Cuando no se cumple ninguna de las anteriores, y se realizan nuevas conexiones entre conceptos y proposiciones. (Ramírez, 2002)

Dentro de lo que conforma el aprendizaje, existe el termino didáctico, que para propósitos del proyecto se centrará en lo que es la **imagen didáctica** que se utiliza para la transmisión de información dentro de la educación. (Costa, 2000)

En primer lugar debe considerarse como gráfica didáctica aquella que a través de un grafismo transmite conocimientos siempre y cuando el receptor tenga una categoría participativa con el contenido. Uniéndose con el término de auto didáctico.

Se convierte en una asimilación del conocimiento a través de los medios visuales. Por lo tanto no solo será una ilustración, sino que será el resultado de un conjunto de elementos icónicos, lingüísticos, sígnicos y cromáticos, que ayuden a transmitir la información. (Costa, 2000)

En la imagen didáctica, la estética no es el elemento principal sino la síntesis de la información para ser comprendida de la manera más eficaz. Es decir la estética acompaña y ayuda a la transmisión de la información. (Costa, 2000)

Y a diferencia de los otros tipos de gráfica usada por el diseño, como por ejemplo en el campo editorial, publicitario, identidad y señalética. Aquí siempre se debe recordar el didactismo, es decir transmitir conocimiento. (Costa, 2000)

Según Costa, como diseñadores podemos tener varias estrategias de comunicación, y estas son:

a) Persuasión: es el "juego retórico apelando sobre todo a la sorpresa, sensación (impacto) y a la sensualidad perceptiva (fascinación), y su aliada, la sensibilidad estética."

b) Mostración: en el sentido documentario en el sentido de la edición periodística y la fotografía (sin manipulación) que suele ser la prueba de que algo existe o existió en la realidad.

c) Razonamiento: "como modo participativo y que se dirige a la reflexión lógica por medio de la presentación de conocimientos, la demostración y la explicitación." (Costa, 2000)

Todo esto nos lleva a que los diseñadores para llevar la información hacia los receptores, debe lograr una síntesis, es decir toda imagen didáctica debe contener:

a) una abstracción o una serie abstracciones sucesivas, con el fin de separar lo importante en un primer plano.

b) una concentración de la información que ha sido previamente depurada hasta lo más esencial pero sin perder contexto, ni interrelaciones que afecten el resultado.

c) Una lógica gestáltica en donde la estructura tiene una jerarquía que ayuda a la didáctica del material.

d) Una normativa en la cual cada esquema o imagen mantiene su "lenguaje" y a la vez permanece entendible. (Costa, 2000)

A través de esta síntesis el emisor envía la información usando un código y una estructura esquemática, el cual el receptor será el encargado de descifrar y usar.

En conclusión, para motivos del proyecto se tendrá que usar ambas estrategias de comunicación, nos referimos a la persuasión y un grado menor el razonamiento. Es decir necesitaremos de la síntesis de la información pero también necesitamos que haya contenido apetecible para nuestro público. Todo esto bajo una jerarquización en todo el material visual.

IX. METODOLOGÍA

Metodología de Investigación

Para desarrollar el proyecto fue necesario conseguir información a través de la inducción en su mayoría pero con un alcance entre lo exploratorio y lo descriptivo.

Se considera que es inductivo, puesto que el tema se mueve en temas relacionados con la sociedad. No es una materia exacta y por tanto se necesita conocer más sobre los actores. Una inmersión en el campo del tema y las personas involucradas, se hace uso de "Datos cualitativos, descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones." (Sampieri, 2010)

El alcance exploratorio se debe a que dentro del país la temática del rugby es poco conocida, casi nula. Existen pocas fuentes de información. Pero dentro de eso se buscará describir a los involucrados y seleccionarlos, así sean pocos, por esta razón la investigación entra también en el campo descriptivo. (Sampieri, 2010)

Dentro de la investigación se usará la entrevista como técnica para conseguir información. La cual "se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados)". Se usa las entrevistas cuando el tema a investigar no es de fácil acceso para su observación. (Sampieri, 2010)

Otra técnica para recolectar la información al igual que la opinión del grupo focal de nuestra investigación, es la encuesta que según la RAE, (2015) es: "*Conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa de grupos sociales, para averiguar estados de opinión conocer otras cuestiones que les afectan.*" Esto coincide con lo que Sampieri (2010) dice al referirse a las encuestas como el instrumento de investigación de diseño no experimental que puede tener varios ámbitos, causales, descriptivos, transaccionales. Es decir "el tipo de diseño a elegir se encuentra condicionado por el enfoque seleccionado, el problema a investigar, el contexto que rodea la investigación, los alcances del estudio a efectuar y las hipótesis formuladas." (Sampieri, 2010)

La recolección de datos también será a través de la investigación de campo, que "según el autor (Palella & Martins (2010)), define: La Investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta. (Scribd, 2015)

La metodología de diseño seleccionada para el proyecto se basa en libros de Design Thinking, de varios autores: Ellen Lupton, Ambrose y Harris y MJV Press.

En sus libros los autores coinciden en varias etapas para realizar un trabajo de diseño. Por lo tanto se las resume en el siguiente esquema, que nos sirve de guía para el presente TFC

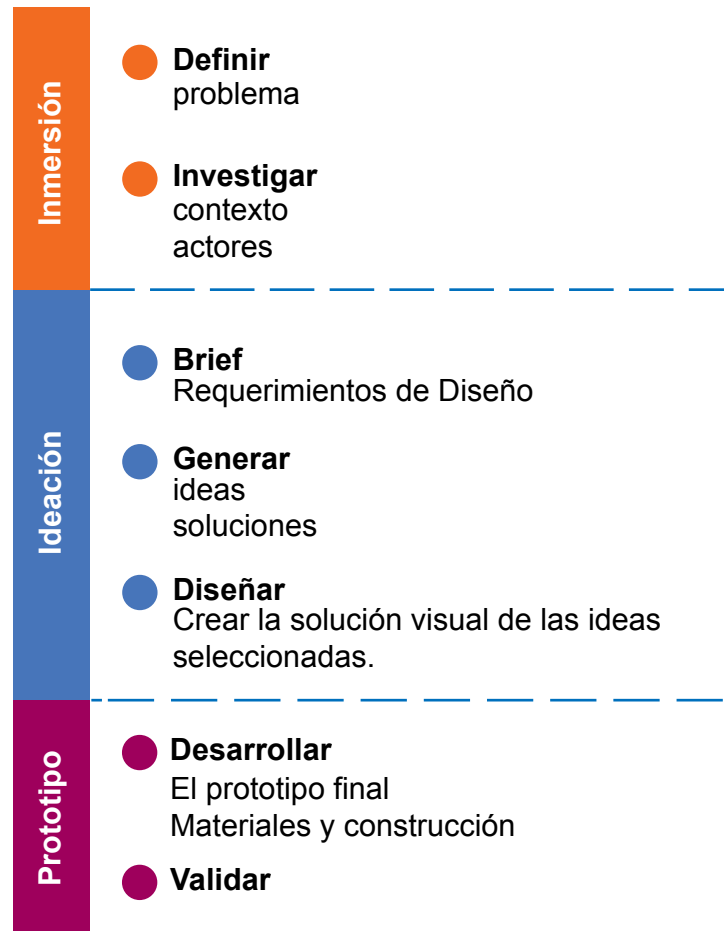


Figura 6: Metodología de Design thinking Fuente: Ambrose&Harris(2010) y Vianna (2011).

Como se observa en el diagrama, existen tres grandes etapas y las mismas a su vez tienen varias fases, estas etapas están basadas en dos libros, el *Design Thinking* de Ambrose y Harris(2010) y el *Design Thinking* del colectivo MJV Press (Vianna, 2011).

Inmersión

La primera etapa se refiere a obtener el mayor conocimiento sobre el problema a resolver, se empieza con una investigación amplia que luego se va enfocando a la causa principal de nuestro problema.

- **Definir:** En esta instancia se define el problema desde varios puntos de vista, las necesidades del cliente y su público.

- **Investigar:** Se busca toda la información acerca del tema, su contexto y referencias. Se empieza desde un nivel macro para luego terminar con el entendimiento de la causa principal del problema.

Ideación

Una vez concluida esta parte, con toda la información obtenida, se pasa a generar las ideas, es decir buscar todas las posibles soluciones de acuerdo a los lineamientos que fueron planteados en la anterior fase.

- **Brief:** Se redacta este documento para conocer y definir los requerimientos de diseño para el proyecto, basado en la investigación previa del problema central.
- **Generar:** Se filtra la información adquirida para obtener las soluciones creativas al problema planteado, se usa varios métodos como la lluvia de ideas, bocetos, entre otros.
- **Diseñar:** Es la etapa en donde se configura todas las ideas seleccionadas. Se diseña como tal los modelos para ser presentados y medir su funcionalidad en escala real. Se los confronta con los requerimientos del brief.
- Dentro de esta etapa se usará parte de otras metodologías para crear piezas específicas de los elementos del Kit.

Prototipo

Por último en la etapa de prototipo, se empieza a desarrollar la idea final seleccionada. Con el prototipo pasamos a la fase de validación usando a un grupo de usuarios que encajen en el perfil de nuestro consumidor final.

- **Desarrollar:** Se pone en práctica las ideas seleccionadas, es la fase de creación de los elementos y piezas finales, en los materiales definitivos. Estas piezas formarán parte de la solución y que serán luego presentadas al cliente. Es la parte en el cual el diseño cobra forma, el concepto se lo configura de manera visual.
- **Validar:** Se pone a prueba al prototipo con un grupo de usuarios dentro del público objetivo. Se evalúa la experiencia y deja ver si la propuesta cumple con la solución de las necesidades anteriormente planteadas.

X. SÍNTESIS DE CONTENIDOS DE LOS CAPÍTULOS

Capítulo 1

Se analiza la situación actual del rugby y el deporte dentro de los colegios de la ciudad de Quito. A través de la investigación de campo, entrevistas y recopilación de información bibliográfica, se obtiene un panorama del problema central a resolver.

El capítulo finaliza con la información necesaria para plantear los requisitos de diseño en la siguiente parte del documento.

Capítulo 2

Se empieza por establecer el brief y los requisitos de diseño enfocados al público objetivo. A partir de esto se plantea toda la estrategia de diseño.

En este capítulo se puede observar todo el proceso de diseño desde la fase conceptual, pasando por la fase de bocetaje hasta la ejecución de la propuesta final de todos los elementos del proyecto.

Capítulo 3

Se presenta los artes finales para desarrollar los prototipos. Se ve los materiales y técnicas de producción más adecuadas para obtener los mejores resultados en cuestión de calidad y función.

Con estos objetos se realiza la presentación a un entrenador de rugby y a un grupo de jóvenes de un colegio de la ciudad de Quito. Esto permite validar los elementos del Kit y su correcto cumplimiento de los objetivos planteados en el capítulo 2.

Esta sección termina con los costos aproximados del desarrollo de este proyecto, a nivel de diseño y producción de prototipos.

CAPÍTULO 1



El desconocimiento dificulta la práctica de rugby como deporte nuevo en los colegios de Quito.

1.1 INVESTIGACIÓN

Se empieza con la etapa de investigación para conocer sobre nuestro problema central, que fue definido en el Planteamiento del problema.

1.1.1. El escaso material informativo sobre rugby

El contar con material informativo sobre un tema ayuda al entendimiento del mismo. Las personas al contar con esa facilidad se pueden adentrar más en el ámbito buscado. En el caso del rugby no sucede esto.

Por ser un deporte que viene del extranjero y todavía nuevo dentro del país, no es fácil acceder a material impreso o escrito, ni encontrar información relacionada.

Para este punto hacemos uso de la investigación de campo que según Ellen Lupton (2011) ayuda a conocer el entorno de la investigación o para acceder a información que no es accesible por otros medios. Se debe visitar el lugar y tomar nota o fotografías de los resultados.

En nuestro caso se pudo comprobar la falta de material relacionado al rugby. Mediante visitas a diferentes librerías y bibliotecas de la ciudad de Quito. También mediante búsquedas en el catálogo Online de ciertas universidades de la capital.

En el siguiente recuadro se puede ver un resumen de los resultados:

BIBLIOTECAS		LIBRERÍAS	
	Cantidad de libros/ revistas / etc		Cantidad de libros/ revistas / etc
Biblioteca USFQ	1	Librería Mr. Books	0
Biblioteca UTE	0	Librería Española	0
Biblioteca PUCE	0	Librería LibriMundi	0
Biblioteca UCE	0	Librería Planeta	0
Biblioteca ESPE	0		
Biblioteca EPN	0		
Biblioteca UDLA	0		
Biblioteca Municipal	0		

Figura 7. Resumen de material informativo sobre rugby

Al consultar en una entrevista corta a uno de los encargados de la librería Mr Books, ubicada en el Mall el Jardín, dice que muy pocas personas han preguntado sobre el rugby, pero que con el pasar del tiempo se hace más común esa pregunta. Por lo tanto la librería aún no invierte en la compra de ese material. (Anexo 11)

Con respecto a publicaciones oficiales por parte de la Federación de Rugby, al recopilar información de la página web y el Facebook oficial de la FER, el panorama es similar puesto que no han impreso mucho material informativo para el público en general. En un contacto personal con la Federación a través de Facebook sólo se pudo conseguir una respuesta corta, confirmando esto. (Comunicación personal, Septiembre, 2015). Su inversión se ha dirigido a la impresión de material para los talleres dictados a la formación de entrenadores y árbitros.

1.1.2. Reportajes y publicaciones sobre rugby

Cuando se empezó a jugar Rugby en la ciudad de Quito y se vio el interés generado por el deporte en el público de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, se pensó en la forma de hacerlo conocido entre más gente.

Es por eso que gracias a diferentes esfuerzos se han logrado realizar varios reportajes por parte de los medios de comunicación del país. No se tiene un registro exacto por parte de la Federación Ecuatoriana de Rugby. Cabe recalcar que dichos reportajes se han realizado gracias a la gestión de los propios clubes.

Por ejemplo el Cerberos Rugby Club, logró tener un reportaje en dos ocasiones por parte del canal televisivo Teleamazonas en su programa deportivo dirigido por el periodista Alberto Astudillo. El primer reportaje fue en el año 2011 y el segundo en el año 2014. (Canal Teleamazonas, 2014). Este mismo club, con la misma dinámica logró un reportaje realizado por el programa Avespados, que se transmite en el canal público, Ecuador TV en el año 2013. En el reportaje los presentadores del programa asisten a un entrenamiento nocturno, ahí ellos reciben las instrucciones de las reglas básicas y la forma de juego, el objetivo fue mostrar cómo se entrena y demostrar que lo juegan chicos y chicas. (Avespados, 2013)

En el 2011 el programa televisivo No-Noticias, realizó un reportaje sobre el equipo femenino de Jíbaras, que en esa época entrenaba en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. En dicho vídeo, se destaca la participación de las mujeres en este deporte, demostrando que no solo es para hombres. El presentador se une al entrenamiento con las chicas y comprueba el esfuerzo del deporte y menciona que es un deporte donde se respeta mucho el juego limpio. También se lo ve siendo tackleado por una de las

jugadoras, para mostrar este tipo de jugada. (No-Noticias, 2011)

En Guayaquil el espacio de deportes de Noticiero Uno, realizó una cobertura de la final del campeonato del 2013, de igual manera se destaca los valores del rugby al igual que la falta de conocimiento sobre la práctica del deporte en el país. (Canal Uno, 2013)

En el año 2015 de la misma manera, gracias a la gestión de Jibaros Quito Rugby Club, el programa La Televisión, transmitido en Gama Tv, realizó un reportaje sobre el deporte y su forma de juego. En este espacio varios jugadores del equipo Jibaros, asistió y demostró en vivo jugadas básicas como el pase, hablaron de los valores que son parte del rugby y un poco de historia del deporte. Esto sucedió en el tiempo que se desarrollaba la copa mundial del mismo, que se jugó en Inglaterra en el mes de Octubre del 2015.

Este es un ejemplo de los reportajes que se han realizado, también existen otros que son por parte de estudiantes de universidad o personas en particular. Por ejemplo existe un programa virtual llamado A Puro Tackle, que nace con la idea de transmitir las noticias del rugby ecuatoriano.

Gracias a esos reportajes se ha podido comunicar en televisión nacional y en redes sociales que el rugby se juega en el país y compartir sobre la filosofía del deporte.

Con respecto a las publicaciones, de la misma forma, el primer equipo de la PUCE, "Jibaros" logró una entrevista por parte del diario Ultimas Noticias esto sucedió en el año 2008, en los inicios del equipo de la PUCE. En el artículo una de las frases es: Conozca un deporte que en el futuro promete tener su buena hinchada. (Ultimas Noticias, 2008)

Por otro lado, en una investigación en la web, se pudo localizar varias publicaciones de diarios del país que tenían como temática al rugby. Se habla del deporte como novedad en el Ecuador, la participación de las mujeres en este deporte y como va ganando seguidores año a año.

Al no contar con una cifra oficial por parte del departamento de comunicación de la FER, no se puede saber la totalidad de estos reportajes y publicaciones.

En conclusión los medios toman un poco más de interés en el rugby que se desarrolla en el Ecuador. Por lo general se habla de los inicios del rugby en Inglaterra, de las jugadas básicas como pases, *scrum*, *tackle*, entre otras. Al mismo tiempo se entrevista a jugadores que comparten la filosofía del juego limpio y los valores involucrados en el deporte. Todo esto gracias a la propia iniciativa de sus jugadores y los dirigentes de los clubes.

1.1.3. Auto Gestión

En el proceso de generar información sobre el rugby en el Ecuador, influye un tema que es el financiamiento para poder presentar material informativo.

De acuerdo a Daniel Gallegos, quien fue presidente del club Cerberos en el año 2015. El funcionamiento de los clubes, por lo general es a base de auto gestión, cada club tiene su estructura administrativa con:

- Presidente
- Vicepresidente
- Secretario
- Tesorero

Con esa estructura se pide una cuota mensual a cada miembro del equipo, una vez que esa persona entrene regularmente en el club. También buscan el apoyo de empresas privadas para auspiciar cada equipo. Muchas veces los auspiciantes son empresas pertenecientes a algunos de los miembros del equipo o porque lo buscan en su lugar de trabajo. Gallegos indica que por ejemplo los equipos de Jíbaros y Cerberos, cuentan con el apoyo de empresas relacionadas a marketing, arquitectura, diseño, tiendas de implementos deportivos entre otras, puesto que él perteneció a ambos equipos en diferentes años. Ese dinero se lo usa para los gastos del club, que incluye cosas como: hidratación, equipamiento de entrenamiento, movilización, etc.

Por lo tanto la información que ellos pueden generar es a base de la colaboración de los propios jugadores, generando contenido para sus redes sociales y así crear una presencia virtual.

Al asistir a un entrenamiento del equipo Cerberos, y realizar una investigación de campo a través de la observación y experiencia propia. Se puede observar la falta de un material informativo. Por ejemplo a las personas nuevas se les transmite el conocimiento y la información sobre el rugby de manera verbal, algunos asisten por curiosidad al ver el juego en el parque La Carolina y otros pocos por haber visto algo en redes sociales o el Internet. De la misma manera sucede en el equipo Jíbaros, que también entrena en el mismo parque.

En esta investigación de campo se observó que si alguien desea más información sobre cómo jugar o sobre el deporte en general, se le recomienda buscar en Internet, en portales como el de la World Rugby, o la fanpage de los equipos y de la Federación de Rugby.

La FER, recibe un presupuesto anual por parte del Ministerio del

Deporte, el mismo que usa para las actividades del Campeonato Nacional, costos relacionados a la selección nacional masculina y femenina, talleres para entrenadores y árbitros. Y en este año usó parte de ese presupuesto para la adquisición del Programa Get Into Rugby, el mismo que será analizado más adelante.

En conclusión el presupuesto limitado de los clubes no les permite explorar una alternativa para generar material informativo diferente al virtual o generado a base del Internet. Mientras que la Federación tiene más posibilidad en recursos pero hace falta la gestión burocrática para generar ese material.

1.2. LA PROMOCIÓN Y LA DIFUSIÓN DEL RUGBY

1.2.1. Talleres y eventos por parte de los organismos de Rugby

En la actualidad solo existe un taller que funciona en la temporada de vacaciones de la sierra. Esto es la creación de una colonia vacacional de rugby para niños dentro de las instalaciones del Ministerio del Deporte en la ciudad de Quito, según consta en la página de Facebook de la Asociación de Rugby de Pichincha (2015).

Este campamento estuvo a cargo de la Asociación de Rugby de Pichincha. El mismo fue de libre acceso para niños y niñas, en las edades de 6 a 14 años. Esto se llevó a cabo en el año 2015 durante la última semana de Julio y las primeras semanas de Agosto.

Estos campamentos se dictaron en los cuatro centros activos del Ministerio del Deporte que son:

- Centro activo de la Av. Gaspar de Villarroel y 6 de diciembre;
- Centro Activo Ushimana;
- Centro Activo Cumbaya;
- Centro Activo del sector San Luis.

Según datos de la Asociación, existió un flujo entre 300 y 400 niños y niñas por día entre todos los centros activos. Los encargados de la guía y práctica de las actividades dentro del campamento fueron jugadores pertenecientes a los clubes de la ciudad de Quito. Ellos voluntariamente se ofrecieron para participar en este programa. Se contabilizó un total de 15 entrenadores voluntarios. (ARP, 2015)

Los implementos deportivos que se usan en este tipo de actividades, son los que la FER ha recibido como donación por parte de la Embajada Británica a lo largo de estos últimos años. En estas donaciones se cuenta con balones, chalecos, cintas y demás implementos que sirven para la práctica formativa del rugby.

En el año 2014 cuando la Federación de Rugby del Ecuador adoptó su nueva imagen, formó parte de la Exposición de Deportes realizada en el Centro de Convenciones Bicentenario, ex aeropuerto de la ciudad de Quito. (FER, 2015)

En esta exposición se contó con un stand el cual fue atendido por varios jugadores pertenecientes a los equipos de Cerberos, Bárbaros y Jibaros. Equipos de la capital del país. También contó con material visual de su imagen corporativa en el cual constaba de unos volantes y un *brochure* con información sobre el rugby en el Ecuador y los equipos existentes al igual que la selección nacional de hombres y mujeres., esto se puede ver en el anexo 1

Algo que se puede destacar es el nivel de involucramiento de los jugadores para aportar con el crecimiento del deporte en todo el Ecuador. En estos eventos o sucesos participan muchas veces de manera voluntaria.

En conclusión hay pocos eventos en los cuales se difunde el rugby al público en general, pero con el apoyo de los jugadores e instituciones a cargo del rugby se han logrado abrir campo entre la los deportes tradicionales.

1.2.2. Iniciativas de la Federación Ecuatoriana de Rugby

Con el crecimiento que ha tenido el deporte en los últimos años, se han tenido que ir creando organismos que regulen a la disciplina, es por eso que se creó la Federación Ecuatoriana de Rugby con sus siglas, FER y dentro de su misión y visión como institución, consta como objetivo la masificación de esta nueva actividad.

"Misión

Nuestra Misión es la masificación del deporte en el país y la preparación de deportistas ecuatorianos de alto nivel, inculcando normas de integridad, pasión, solidaridad, disciplina y respeto.

Visión

Llevar la disciplina deportiva del Rugby, desde las escuelas primarias hasta las universidades, incentivando así la formación de equipos y clubes en todos los niveles académicos, masificando de esta forma el deporte." (FER, 2013)

Es por eso que esta federación intenta expandir la práctica del deporte en el país, para eso han creado una fanpage en *Facebook*, la cual es administrada por su departamento de comunicación.

En esta página se publica todo lo relacionado al rugby, sea nacional o internacional y desde su creación han logrado una cantidad de 3164 seguidores (25/10/2015) de los cuales gracias a las estadísticas se puede observar los siguientes datos:

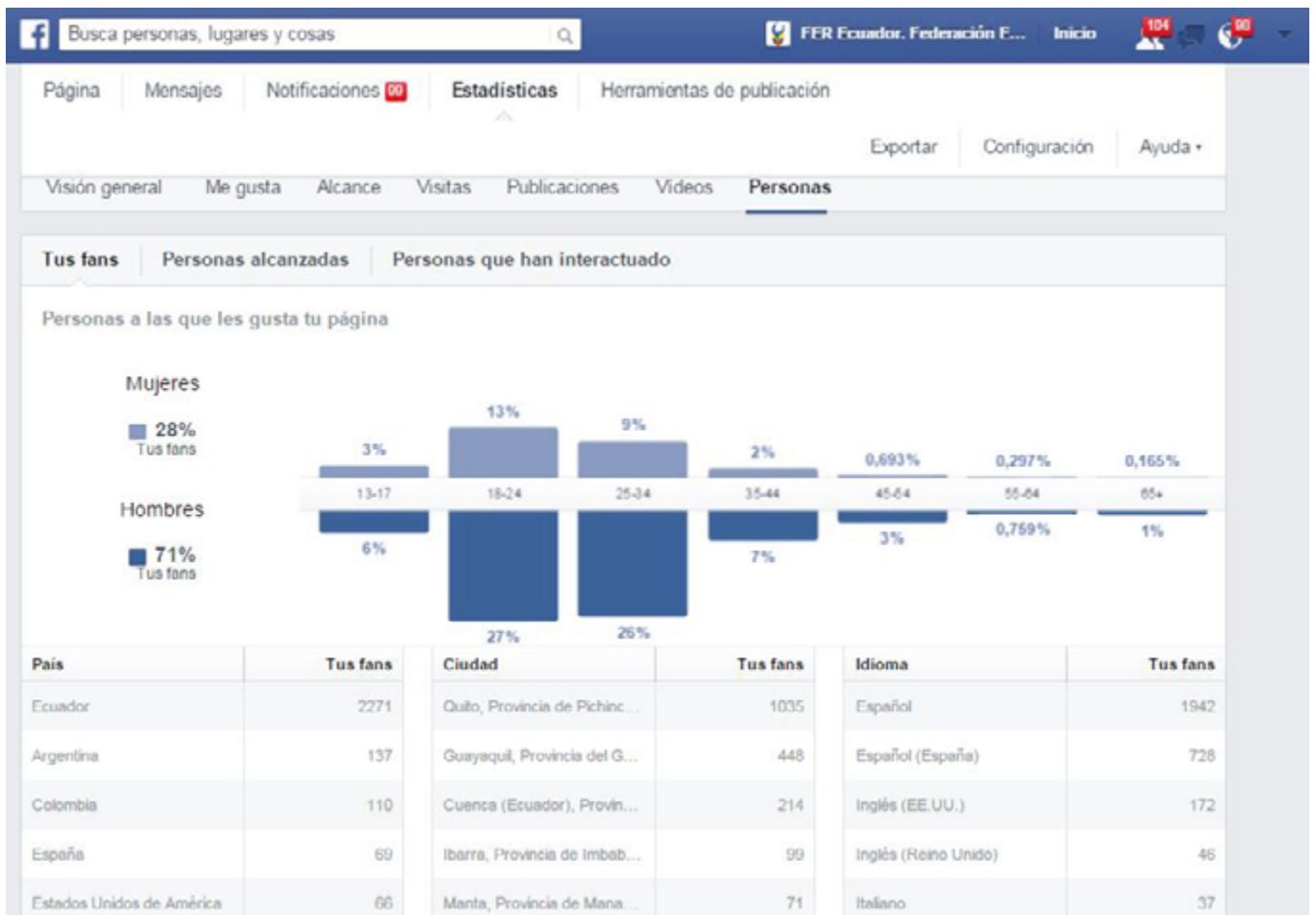


Figura 8. Estadísticas de Facebook Fuente: FER, 2015

Con esos datos se puede analizar que a pesar de tener una buena cantidad de seguidores, el menor porcentaje es justamente de jóvenes menores de 18 años, quienes son parte del público objetivo del presente TFC.

Su mayor porcentaje de seguidores son personas mayores de 18 y se debe a que varios son parte de los clubes conformados y por lo tanto de sus amigos y familiares.

Con respecto al contenido de las publicaciones, no se tiene un porcentaje exacto, pero se puede observar y clasificar en las siguientes categorías:

- Noticias de rugby internacional
- Noticias del campeonato nacional de rugby
- Noticias de la selección nacional de rugby
- Consejos para practicar rugby

En la mitad del año 2015, la Federación de rugby del Ecuador, tomó la decisión de adquirir el programa conocido mundialmente como *Get Into Rugby* el mismo que fue diseñado por la *International Rugby Board*, (ahora conocida como *World Rugby*), con el objetivo

de enseñar el deporte a niños y jóvenes de los países miembros de la asociación mundial de rugby.

El propósito dentro del Ecuador es el de abarcar todo el territorio, empezando por las ciudades donde ya se cuenta con equipos de Rugby como son Quito, Guayaquil y Cuenca. De acuerdo con Cristian Morales, Director de *Get Into Rugby* Ecuador. Los objetivos del programa son:

Objetivos General Get Into Rugby:

Alentar a jugadores de todas las edades a Probar, Jugar y Seguir en el Rugby. Get Into Rugby promocionará los valores del Juego y asegurará que los niños sean alentados a probar el Rugby en un ambiente seguro y en forma progresiva. En Ecuador este programa se denomina "Juego Rugby Soy Feliz"

Objetivos a Corto Plazo:

Incrementar las activaciones del programa en las ciudades de Cuenca, Guayaquil y Quito. Ciudades donde ya se practica rugby.

Objetivos a Largo Plazo:

Tener en cada provincia de Ecuador activaciones del GIR, con monitores capacitados y crecer sólidamente el número de jugadores, referee, dirigentes y entrenadores.

Como se observa ese proyecto tiene un alcance nacional y abarca varias instancias puesto que su rango de edad es mayor.

Al ser un programa internacional, cada persona encargada de un grupo, debe reportarse en la página web del GIR (*Get Into Rugby*) para ser monitoreado por *World Rugby*.

En cuanto a la parte visual, ya consta con una imagen propia y con material de apoyo realizado hace varios años. El entrenador o monitor como se lo llama dentro del programa, puede descargar del sitio web todo este contenido audiovisual.



Figura 9. Imagen, antigua y nueva del programa Get Into Rugby. Fuente: IRB



Figura 10 Adaptación local del programa GIR. Fuente: FER, Get Into Rugby Ecuador

El departamento de comunicación de la Federación Ecuatoriana de Rugby, adaptó la imagen de GIRE para usarla en nuestro país, traduciendo el mensaje y adaptando a la imagen de su institución.

Para ingresar en cada colegio, Cristian Morales explica que la FER o el personal de GIRE debe gestionar con cada institución para realizar un acercamiento y presentar el proyecto, pero en la práctica esto no sucede de esa manera. De acuerdo a una entrevista, con Luis Antonio Trujillo entrenador encargado del equipo juvenil de la Academia Militar Borja N3, él gestionó por su propia cuenta y creó su propio material de presentación. (Anexo 12)

En conclusión el GIRE es un programa muy completo con respecto a la información brindada y que sirve para difundir el rugby a nivel mundial. A pesar de tener sus problemas de gestión y desarrollo, el programa fue adquirido para satisfacer la necesidad de la Federación de crear y conseguir equipos juveniles a nivel nacional. En cuanto a la parte visual se puede decir que al ser parte de una institución internacional, no se puede modificar y solo se puede hacer el intento de adaptar al público del país; pero sin contar con una imagen planeada o dirigida y que vaya acorde a la cultura del lugar de implementación.

Por lo tanto este material servirá como referencia para desarrollar

el presente TFC, pero sin llegar a competir o reemplazarlo. Puesto que fue planteado como una alternativa académica antes de la adquisición del programa oficial.



Figura 11 Capturas de pantalla del programa GIR. Fuente: Get Into Rugby

1.2.3. Los equipos y clubes del país

Con investigación bibliográfica se conoce que el Rugby en el Ecuador empezó hace ya varios años, como se mencionó anteriormente en la introducción del presente TFC. Uno de los primeros equipos del país fue Nómadas, localizados en la ciudad de Quito. Desde su inicio y hasta la actualidad es conformado en su mayoría por personas extranjeras, de nacionalidades múltiples en donde el rugby es una actividad muy común y popular.

Pero desde el año 2003 en la ciudad de Guayaquil se funda el equipo Monos Rugby con algunos integrantes extranjeros y años más tarde en la ciudad de Quito, el profesor Adrián Corvalán de nacionalidad argentina, junto al profesor Umberto Peghini de nacionalidad italiana, deciden proponer como nuevo deporte dentro de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. (PUCE).

Al principio la asistencia fue menor, y con el tiempo se logró completar el primer equipo XV's necesarios para un partido de rugby, este equipo se bautizó con el nombre de "Jibaros", en el año 2005. Con este nuevo equipo se realizó el primer torneo de rugby, junto a los equipos de Nómadas y Monos, de la ciudad de Guayaquil.

Con el avance del tiempo se comenzó a crear nuevos equipos como Águilas, en la ciudad de Cuenca, mientras los ya existentes comenzaban a recibir a nuevos integrantes y es así que se realiza un torneo en la ciudad de cuenca dentro del marco de los juegos olímpicos.

Con el éxito obtenido en el torneo cada año se involucraba un nuevo equipo en alguna ciudad del país como es el caso de Ibarra con su equipo Mohicanos y un segundo equipo en Cuenca, Carneros.

En el 2009 varios jugadores pertenecientes a "Jibaros" de la PUCE, deciden formar un nuevo equipo en la ciudad de Quito bajo el nombre de Cerberos Rugby Club.

Esta situación se repitió cuando los jugadores del equipo de la universidad formaron el nuevo club Jibaros Quito Rugby Club, conservando ellos el nombre de "Jibaros" y el equipo de la universidad es ahora conocido como "Estudiantes de la PUCE".

En la actualidad existen 10 equipos activos que participaron en el campeonato nacional de 2014, como se puede visualizar en el siguiente cuadro:

Pichincha	Guayas	Azuay	Imbabura
Nómadas Jibaros QRC Cerberos Bárbaros UCE RC *Estudiantes PUCE	Monos RC Yaguares Tiburones A.D.N.	Aguilas Carneros	Mohicanos

Figura 12. Clubes de rugby masculino 2014. Fuente: FER, 2014.

El equipo de Estudiantes de la PUCE y el equipo Búhos EPN RC (Escuela Politécnica Nacional Rugby Club, Quito) participaron en la serie B de ese campeonato.

La formación de nuevos equipos es continua, pero no todos cumplen los requisitos para participar en el torneo anual. Parte de esos equipos son:

- Lobos RC (UTE - Quito)
- Guayacán RC (Guayaquil)
- Manta Rayas RC (Manta)
- Yevvaía RC (Santa Elena)

El equipo de Guayacán es fundado en el año 2015, por un grupo de jugadores que formaban parte del club anteriormente formado, que tiene por nombre, Yaguares, de la ciudad de Guayaquil.

Otro punto positivo para el deporte es la creación de los equipos

femeninos que juegan en la categoría de *Sevens*. En el 2014 participaron los siguientes equipos:

Pichincha	Guayas	Azuay	Imbabura
Panteras RC Jibaras QRC Cerberas RFC	Monas RC Yaguares Condor RC	Aguilas Carneros	UTN Femenino RC

Figura 13. Clubes de rugby femenino 2014 Fuente: FER, 2014.

Mientras avanzaba el año 2015 un par de equipos juveniles surgieron en diferentes ciudades. Como resultado del aporte individual de cada equipo de mayores, es decir los miembros de los clubes buscan el promover el deporte por su propia cuenta. Los equipos que se conformaron son:

- Carneritos (Cuenca)
- Gladiadores (Cuenca)
- Yaguares (Guayaquil)
- Península RC (Salinas)

Analizando esta información obtenida de la página de la Federación de Rugby del Ecuador se destaca, que en varios casos la creación de nuevos equipos se da por parte de los mismos jugadores.

De acuerdo a la página de la FER (2015), todos los equipos deben registrar a sus jugadores en su portal, y llenar formularios con varios datos sobre los miembros de cada equipo. Como requisito se pide que cada jugador complete un examen en la página web *Rugby Ready* para validar que esta persona ha leído las reglas del rugby. Este proceso se lo realiza cada año a todos los equipos nuevos y antiguos que quieran participar en el torneo nacional del respectivo año. (FER, 2015)

Las personas al tener la oportunidad de jugar este deporte, con el tiempo decide dar paso a nuevos integrantes y eso genera la necesidad de un nuevo equipo. El razonamiento detrás de este efecto es que al tener más equipos, más personas podrán jugar y participar en el torneo nacional y el resto de competencias.

1.3. ACEPTACIÓN DEL RUGBY

1.3.1. Los colegios participantes.

Una de las razones o motivos del porque se incluye a la educación física como parte de la malla curricular en la instituciones educativas es por sus condiciones educativas, sociales y formadoras del carácter en las personas sin olvidar el tema de la salud mental y física. (Currículo de Educación Física, 2012)

En el tema social, podemos entender que hay maneras en que las personas se adaptan a la sociedad, y esto sería la socialización, la cual es un conjunto de elementos de comportamiento adecuados en una determinada cultura, y esto va formando parte de la personalidad del individuo. (García Ferrando, et al, 2009)

En los niños y jóvenes es un tema que se va desarrollando a través de experiencias satisfactorias o desagradables, y esto va definiendo su actuación dentro del círculo social y se va modificando con los años. (García Ferrando, et al, 2009)

A pesar de ser un proceso que se prolonga a lo largo de la vida hay tres aspectos importantes según García que son:

- La persona en situación de aprendizaje (habilidades motrices, personalidad, entre otros)
- Los agentes socializadores (modelos de referencia)
- Las situaciones sociales (hogar, familia, club deportivo, escuela, trabajo, etc) (García Ferrando, et al, 2009)

En estos puntos es donde el deporte cumple una función importante al brindar un espacio para desarrollar estas habilidades, y crear las situaciones que pueden ayudar a tener una buena socialización a futuro.

Por lo tanto este factor unido a la cobertura en medios de comunicación sobre los deportes, van creando el campo para el nacimiento de las motivaciones y decisiones que toma un joven o niño al momento de escoger practicar uno u otro deporte, muchas veces eso perdura de por vida. Y en este punto se define que las imágenes son las más impactantes, siendo así parte de una cultura icónica, en especial el medio televisivo. (García Ferrando, et al, 2009)

Pero también son influencia en estas decisiones los padres, el hogar, amigos y el círculo social en general. Una vez comprendido esto se logra ver las motivaciones internas que tiene una persona y más aún un joven para escoger una actividad física, según García existe tres razones principales que son: *“la necesidad de realizar ejercicio físico, el deseo de pasar un rato alegremente y el propio*

placer de hacer deporte. Tanto para los jóvenes como para la población en general." (García Ferrando, 2009).

Para complementar y reafirmar las motivaciones que tienen los jóvenes para la práctica deportiva es que obtienen reconocimiento, integración y valoración dentro de su grupo de compañeros. Incluso los lleva a formar una personalidad con identidad propia, con una mayor autoestima, crea un sentimiento de pertenencia, en muchas ocasiones reafirma amistades fuera del campo deportivo y que pueden durar por muchos años. (Amigó, et al, 2004)

El hecho de estar en actividad consigue beneficios para aquellos jóvenes que buscan una mejor imagen corporal, que los hace sentir bien consigo mismos, pero el trabajo de los profesores y entrenadores es controlar este deseo, para que no desemboque en la obsesión y trastornos psicológicos como la bulimia o anorexia. (Amigó, et al, 2004)

En el caso del rugby, uno de los beneficios en los jóvenes es la capacidad de canalizar ciertas emociones a través de las reglas establecidas del deporte, y mejora el concepto de compañerismo alejando así los deseos individualistas que muchas veces puedan tener los jóvenes. (Rivera, 2013)

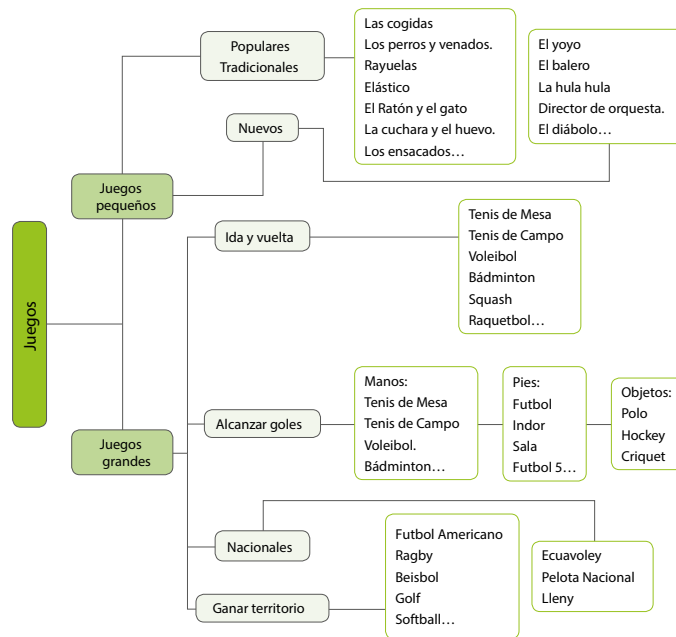
En un estudio realizado en España publicado por Menescardi (2011) para conocer un poco más sobre las motivaciones que impulsan a los y las jugadoras de rugby para practicar este deporte. Se determina de acuerdo al texto que existen un par de motivaciones para practicar o no una disciplina deportiva.

La primera es la motivación intrínseca que se refiere a la parte interna de cada individuo con respecto a la obtención de logros, de conocimiento y estimulación. Cada persona encuentra dentro de una actividad física una satisfacción y un disfrute propio al momento de estar entrenando o jugando. (Menescardi, 2011)

La segunda motivación es la extrínseca que se forma por razones externas a la persona, ya sea por presiones auto adquiridas o influencia de alguna persona o agente externo. También se da por considerar que la actividad es un medio para conseguir una meta específica. (Menescardi, 2011)

Reforma de Educación Física

Dentro de la reforma de Educación Física del 2012 consta la clasificación de juegos como se puede observar en el recuadro de la siguiente página:



Ministerio de Educación (2003)

Figura 14. Clasificación de Juegos. Fuente: Ministerio de Educación

“Juegos pequeños: se los define como una actividad motriz lúdica, con reglas simples que movilizan las capacidades físicas e intelectuales del estudiante sin grandes exigencias físicas e intelectuales ni grandes complicaciones técnicas ni tácticas.

Juegos grandes: se los define como una actividad motriz lúdica con mayor complejidad, que desarrolla o necesita un cierto nivel de habilidades y capacidades (técnica y táctica) y que prepara para juegos deportivos (disciplinas) como básquet, fútbol, voleibol, tenis, etc.”
(Currículo Educación Física, 2012)

En la clasificación de Juegos Grandes en la categoría de Ganar territorio consta la disciplina del Rugby, pero incluso ahí está mal escrita ya sea por error humano o por desconocimiento total de esta actividad.

En esta reforma se sugiere que los juegos pequeños sean usados de manera introductoria para activar y mejorar la motricidad de los alumnos, es decir para la primaria. En caso de enseñar los juegos grandes en la primaria, se sugiere hacerlo sin mucha complicación en la enseñanza de técnicas avanzadas propias del juego. Se expone un ejemplo que para patear un balón de fútbol primero se debe saber correr y para este motivo es más efectivo usar juegos como “Las cogidas” o “El ratón y el gato”. (Currículo Educación Física, 2012)

Dentro de la malla curricular para los colegios públicos y privados, constan 4 horas de actividad física y cultura y estética. Para los 3 últimos años de bachillerato la malla curricular sugerida por el ministerio de educación se la puede visualizar en el anexo 2.

"En el presente currículo, se sugiere trabajar las disciplinas deportivas: fútbol, baloncesto, voleibol, balonmano, tenis de mesa, tenis de campo y béisbol, sin embargo, esto dependerá de la infraestructura deportiva y material de la institución educativa. Por otro lado, el currículo abre la posibilidad de incrementar disciplinas deportivas que puedan ser tratadas de acuerdo a las condiciones técnicas, de infraestructura, material e implementos y la capacidad profesional de los docentes."
(Currículo Educación Física, 2012)

Al analizar de manera cualitativa, bajo el método interpretativo (Sampieri, 2010), esas mallas sugeridas para la Educación Física, podemos destacar el requerimiento de fortalecer valores en los estudiantes, la participación grupal al igual que la destreza individual. Dentro de la reforma se dice que: *"Los juegos con pelotas tienen una gran utilidad como elemento didáctico en la coordinación visomanual y visopédica al conducir el implemento (en este caso, la pelota)."* (Currículo Educación Física, 2012)

En algunos colegios de Quito existe poca apertura al deporte rugby, pero esto es basado en el desconocimiento de la actividad, puesto que no lo identifican fácilmente.

Instituciones educativas participantes del Rugby

De acuerdo a la información obtenida del programa oficial Get Into Rugby Ecuador, estos son los colegios e instituciones participantes en las 3 ciudades:

Cuenca

- Manuel J Calle (Colegio)
- Carneritos Formativo (Club)
- Colegio Ciudad de Cuenca (Colegio)

Guayaquil

- Colegio Internacional Sek (Colegio)
- Colegio Young Living (Colegio)
- Club Formativo Condoritos (Club)

Quito

- Academia Militar Borja n° 3 (Colegio)
- Asociación de Pichincha (Programa de vacacional del ministerio de deporte)

De acuerdo al documento de Get Into Rugby Ecuador (2015), todas esas instituciones fueron creciendo gracias a la iniciativa de algunos jugadores de los clubes de mayores, en cada ciudad.

En Quito se tomará como referencia a la Academia Militar Borja N° 3, puesto que es la única institución secundaria involucrada con el deporte, dentro de la capital del país. Con esto se pretende conocer más sobre su experiencia.

En la entrevista, que consta en el anexo 13, realizada al rector de la Academia Militar Borja N°3, el Msc. Fernando Morales nos explica que en un principio él desconocía el deporte, que solo sabía del nombre pero no lo identificaba ni lo entendía.

En esta institución educativa tradicionalmente solo se practican los deportes como son: fútbol, básquet y tenis. Pero desde finales del 2014 se añadió como un club pequeño al Rugby.

El primer contacto de la institución con el rugby se lo realizó puesto que Luis Antonio Trujillo, quien es ex alumno de dicho colegio. En una reunión se dio apertura para realizar una pequeña charla, la cual contenía un vídeo y unas diapositivas de *Power Point*, al terminar esta presentación, se procedió a invitar a los chicos para que asistan a una demostración de rugby que se realizarían en otras instalaciones y en otra fecha.

Varios chicos asistieron a dicha demostración y algunos de ellos decidieron que les gustaría practicar rugby en su institución.

Con esa premisa y como el colegio busca fomentar la cultura del deporte en los chicos, para que sepan aprovechar su tiempo libre. El rector del Borja 3 accedió a la creación del club. A su parecer el deporte puede ayudar a crear disciplina en los chicos, todo esto fue consecuencia de ver la presentación de Luis Antonio Trujillo quien ahora es el actual entrenador de rugby en la academia.

La edad de los chicos que se encuentran en el club comprende desde los 16 a 18 años, es decir asisten a los niveles de Décimo de Bachillerato hasta Décimo tercero. En opinión de Fernando Morales, rector del Borja N°3, se debe motivar a la participación de torneos intercolegiales para crear más incentivo de los jóvenes jugadores.

En conclusión él recomendaría a otras instituciones para participar y acoger la práctica del rugby puesto que según él no es excusa el no contar con la infraestructura, ya que se pueden tener clubes extracurriculares, y depende de organización y tiempo.

En contraste en una entrevista realizada en el 2014, al profesor Joffre Ruíz, del área de educación física del Colegio Sebastián de Benalcazar, nos confirma el desconocimiento de la actividad del rugby en el país y en los colegios, puesto que desconocía de la existencia del mismo, y nos cuenta que en el colegio los deportes que se practican son los tradicionales, como: fútbol, básquet, vóley, natación, atletismo y gimnasia. Pero en su opinión

cada nuevo deporte tiene la posibilidad de ser implantado en los colegios, como ha sido el caso del balonmano, el cual, él mismo ha enseñado las bases a sus alumnos, en forma recreativa y lo mismo podría pasar con deportes nuevos como el rugby.

Otro hecho importante que nos comenta el Licenciado Joffre Ruíz, es la reforma curricular de la cultura física para instituciones educativas del país, ya que en su opinión, en un futuro poder contar con cuatro horas dedicadas exclusivamente para actividad física, le permite a él y sus alumnos tener horas de cultura física en general y otras horas específicas para el desarrollo de un deporte, ya sean los tradicionales o nuevos como rugby, balonmano, fútbol americano, etc., los cuales deberían ser enseñados por técnicos o especialistas de cada disciplina a consideración de él. (Ruíz Joffre, 2014)

Por lo tanto analizando cualitativamente estos datos se puede concluir que la información y la comunicación sobre el deporte son fundamentales para entrar en las instituciones educativas de la ciudad de Quito y del país.

Con el conocimiento adecuado sobre este deporte que se encuentra en constante crecimiento, las instituciones educativas podrían estar dispuestas a dar una oportunidad para que sus alumnos la opción de practicarlo ya sea como parte integral de su malla curricular, es decir dentro las horas de educación física o en forma de club extracurricular, como sucedió con la Academia Borja N° 3.

Es decir las autoridades toman su decisión para los nuevos deportes una vez que conocen sobre ellos, sus ventajas y aportes en la formación de los estudiantes.

1.3.2. Torneos y Competencias.

Una consecuencia de la práctica del deporte para buscar reconocimiento social, es la creación de competencias deportivas, esto sucede en todas las disciplinas en todos los países.

Cada año se realiza el torneo nacional de rugby en el Ecuador, dicho campeonato es organizado y regulado por la Federación Ecuatoriana de Rugby (FER).

El primer torneo se lo realizó en el año 2007 con los equipos de las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca. (Avellaneda, 2013) A partir de ese momento se lo realiza anualmente y en el año 2015 culminó su VIII edición, que llevó el nombre de Copa Nelson Mandela. Los equipos participantes fueron los anteriormente mencionados en la figura 12 de la página 40 del presente documento.

Uno de los objetivos del torneo nacional es fomentar la competencia entre los clubes y así masificar el deporte en el país. Otro punto de

interés es el de destacar a los mejores jugadores de cada club para conformar la selección nacional de Rugby, que lleva por nombre, Piqueros.

La creación de la selección fue como consecuencia de que la Federación en el año 2010 pasó a formar parte de la CONSUR, que es la Confederación Sudamericana de Rugby. Esta selección nacional de XV's resultó campeona invicta en el campeonato sudamericano desarrollado en Costa Rica en el año 2013. Gracias a ese resultado el Ecuador ascendió a la Categoría B, dentro de Sudamérica, junto a países como Perú, Colombia y Venezuela. (El Comercio, 2013)

Hace un par de años también se conformó una selección de mujeres, que llegó a participar en varias competiciones como el sudamericano de rugby seven, o en los juegos bolivarianos de Perú, con la modalidad de Rugby Playa. (FER, 2012)

A nivel provincial en el año 2015 se realizó el primer encuentro Interprovincial, entre los seleccionados de Azuay, Guayas, Imbabura y Pichincha. Fue un cuadrangular en el cual la selección de Guayas quedó como ganador del torneo. (FER, 2015)

A nivel juvenil en el rugby en el año 2015 se está formando el primer encuentro juvenil Sub 18, con los equipos de Cuenca y Guayaquil, los cuales son: Carneritos, Gladiadores, Península y Yaguares. Aún no constan tantos colegios como para organizar un torneo intercolegial en cada ciudad.

De acuerdo a una entrevista realizada por Diario El Telégrafo (2014) al ex presidente de la FER, Nicolás Di Napoli, se tiene como un objetivo a mediano plazo, obtener una primera base de jóvenes que jueguen rugby, para así poder formar la primera selección sub 18 del Ecuador.

Esto para motivar el crecimiento del deporte de una forma inmediata puesto que a partir de los 15 años la *World Rugby* recomienda empezar el uso del tackle. Es decir se juega con todas las reglas del juego tal y como se lo hace en la división de mayores. (World Rugby, 2015) Eso serviría para que la cantidad de jugadores en los clubes actuales sigan recibiendo nuevos integrantes e incluso formar nuevos clubes que participen en el campeonato nacional de rugby.

Para poner en contraste con lo que pasa a nivel colegial en otras disciplinas, se toma como referencia el Intercolegial de Fútbol. En el caso de la provincia de Pichincha cada año lectivo se organiza el Torneo Intercolegial Provincial, en varias disciplinas, pero las que más destacan son el fútbol y el baloncesto.

Este torneo se lo clasifica de acuerdo a las edades, es decir hay 6 categorías que son:

- Sub 18
- Sub16
- Sub 14
- Sub 13
- Sub 12
- Sub 11 (Federación deportiva estudiantil de Pichincha, 2015)

Para tomar un ejemplo, en la categoría Sub 14 de fútbol, el año pasado participaron 25 colegios del cantón Quito. Este campeonato terminó en Junio del 2015, quedando como campeón el colegio Intisana. En la categoría Sub 18 fueron 63 colegios participantes y en la Sub 16, 45 equipos. (Deporte, Ministerio, 2015)

Esto es una pequeña muestra de lo que se refería el Msc. Fernando Morales, en el capítulo anterior, que decía que los torneos pueden motivar la práctica de un deporte puesto que crea un reconocimiento al esfuerzo y dedicación de los chicos.

En conclusión el deporte en general puede ser una motivación para los jóvenes para generar nuevas destrezas y con las competencias deportivas se puede aumentar ese incentivo. También se observa como los deportes tradicionales prevalecen en las competencias intercolegiales y en el sistema de Educación Física. A la par se tiene como prueba que existen Instituciones que apuestan por nuevas disciplinas como sucedió con la Academia Borja N°3 y los otros colegios que participan con el rugby actualmente.

1.3.3. Entrenadores capacitados.

El sistema de enseñanza dentro de las escuelas de educación física que rige en la actualidad, está dedicado a una formación general con respecto a la actividad física que luego será dictada en las instituciones educativas. Esto después de investigar las mallas curriculares de las Escuelas de Educación Física, que forman a los profesores y entrenadores. Por tal motivo, las escuelas primarias y colegios no aportan nuevas disciplinas a su malla curricular y por eso al momento de realizar una actualización en los conocimientos del deporte o como en la actualidad que la malla curricular tuvo un cambio para la educación básica y dispone de mayor cantidad de horas dedicadas a la actividad física y motriz de los alumnos, representa una limitación al buscar nuevas alternativas para enseñar a los estudiantes nuevas disciplinas de deporte.

Dentro de la reforma del 2012 a la malla de educación física contempla la actualización de los conocimientos de los profesores, y considera un ambiente donde: *"el docente sea capaz de fomentar el mejoramiento de la cultura del movimiento, desarrollarla en centros educativos y avanzar con procesos sistemáticos, compartidos y dotados de sentido y orientación hacia el logro del perfil del estudiante que estamos formando."* (Currículo Educación Física, 2012)

Para lograr esos cambios fue necesario dictar talleres de actualización para los profesores, realizados por parte del gobierno.

Al investigar diferentes mallas curriculares de diferentes escuelas de educación física en diferentes centros superiores del país, se puede notar la deficiencia en materia para aprender deportes nuevos. (Anexo 3)

No se cuenta con talleres de socialización de nuevas disciplinas deportivas, ni tampoco se fomenta el interés por la investigación de las mismas.

Al final de su carrera los estudiantes de las facultades de cultura física, tienen la opción de profundizar sus conocimientos en una disciplina deportiva. Aquí es donde los deportes tradicionales son los que rigen en la educación de los futuros entrenadores, profesores y dirigentes.

Al no contar con una cultura en deportes nuevos para el país, el público en general no tiene conocimiento sobre las nuevas disciplinas que se practican. Como se observó en un tema anterior, dentro de la clasificación de juegos grandes, el Rugby está incluido.

Por parte de la Federación Ecuatoriana de Rugby, se han dictado talleres para arbitraje y entrenamiento del rugby, en las ciudades del país donde ya se practica el deporte.

En el 2011 se llevó a cabo un taller de *Couching 1* de la *International Rugby Board*. En este taller, dictado en la ciudad de Cuenca, participaron 30 personas. Al finalizar el curso, estas personas recibieron el certificado de *Couch 1*. (Sudamérica Rugby, 2011)

De acuerdo a la *World Rugby Couching*, existen 3 niveles de *coach*. El primer nivel sirve para las personas que ya juegan el deporte y puedan ayudar al entrenador principal de sus equipos o para dar a conocer las bases del deporte. El nivel 2, está dirigido a quienes desean ser entrenadores de clubes juveniles, club amateur o profesor. Mientras que el nivel 3 ya es para ser entrenador de un equipo de mayores o representante de una división de equipos. (World Rugby, 2015)

Hasta el año 2013 se contaba con 36 entrenadores de nivel 1, diez árbitros nivel 1 y uno de nivel 2, repartidos en las cuatro ciudades

del Ecuador que son Quito, Cuenca, Guayaquil e Ibarra. (Avellaneda, 2013)

En el Ecuador, Mauricio Cuevas, quien es miembro de la FER, en el año 2014 obtuvo la certificación de IRB Coach *Educator*, en un curso realizado en Argentina. Esto le faculta para dictar los cursos de nivel 1 y 2 en nuestro país. En el mismo 2014 en los meses de Octubre se dictó un nuevo curso para la formación de entrenadores y árbitros dictados en esa ocasión por Mario Henao y Mauro Henao quienes son IRB *Trainers* pertenecientes a la Federación Colombiana de Rugby. (FER, 2015) Los asistentes por lo general son los propios jugadores pertenecientes a los clubes, que asisten para poder mejorar el rendimiento de su propio equipo y según Mauricio Cuevas, actualmente cerca de 100 personas han cursado el primer nivel de entrenadores.

En conclusión, dentro de las escuelas de cultura física, el desconocimiento o falta de socialización del Rugby en el país afecta a la posible preparación de nuevos entrenadores o personas que difundan esta disciplina en lugares donde ellos dicten clases puesto que los pocos talleres realizados por la FER aún no son bien socializados en dichas escuelas.

CONCLUSIÓN DEL CAPÍTULO I

La cantidad de equipos y personas involucradas en el Rugby demuestra el crecimiento del deporte a pesar de las dificultades y la falta de apoyo por parte de la empresa privada para generar nuevos materiales y la opción de difundir esta actividad. En donde el apoyo de los que ya practican el deporte es la fuente más importante de iniciativas por promover el rugby.

La Federación Ecuatoriana de Rugby apuesta por la masificación del deporte a todos los niveles para llegar desde los más pequeños hasta los adultos y a futuro ser un deporte en el cuál el Ecuador llegue a destacar a nivel sudamericano y mundial. Considerando las fortalezas que son su base de valores que lo diferencian del resto de prácticas deportivas. Esto a pesar de no contar con el material informativo o los medios suficientes para llegar directamente a los colegios de la ciudad o del país.

Las instituciones educativas necesitan obtener una mejor comunicación por parte de los organismos involucrados con el rugby, para socializar en sus instituciones y tener la oportunidad de crear nuevos torneos y una posible fuente de nuevos jugadores y clubes.

De esta manera el rugby podrá ganar un espacio entre los deportes tradicionales ya establecidos por tantos años como son el fútbol y básquet, por nombrar algunos y que tienen total predominancia en la actualidad.

Por lo tanto se debe resolver el problema de la comunicación entre instituciones educativas y el rugby. Llegar al público joven para que se pueda incentivar su participación con el deporte, ya sea practicándolo o siguiéndolo como hinchas. Sin esto es difícil pretender que el rugby llegue a ser reconocido fácilmente en el país como el fútbol, por poner un ejemplo.

CAPÍTULO

2

2.1. PROPUESTA DE DISEÑO

Iniciamos con la etapa de Ideación, en la cual se definirá los requerimientos necesarios para resolver el problema encontrado y así generar diferentes soluciones y seleccionar las más aptas y acordes a nuestro proyecto.

2.1.1. Requisitos de diseño

Para realizar una solución que vaya acorde al problema encontrado, es necesario conocer cuáles son los requisitos de diseño.

En este caso se hace uso de lo se conoce como *Brief*, que es un documento en el cual se hacen varias preguntas para conocer los delineamientos a tomar en cuenta para el diseño de un proyecto o trabajo, según el libro de Ambrose y Harris (2010, p 16) el *brief* puede contener las "cinco preguntas" o las 5 "W" por su iniciales en inglés, que respondan:

- ¿Quién es el cliente y su público objetivo?,
- ¿Porqué?,
- ¿Qué se necesita?,
- ¿A quién va dirigido?
- ¿Cómo?

Al contestar esas preguntas se puede definir lo que es necesario en diseño para resolver el problema, en este caso, el TFC al no tener un cliente específico el Brief será realizado en base a la investigación previa de los capítulos anteriores del presente documento.(Siguiete página).

BRIEF

1.- Antecedentes

Existe poca participación de jóvenes en el rugby debido al desconocimiento del deporte, por parte de los mismos. Ver el capítulo anterior.

2.- Público Objetivo

Para el presente proyecto académico se delimita y define al público objetivo de acuerdo a una entrevista realizada por el Diario El Telégrafo (2014) a Nicolás Di Napoli, presidente de la FER de ese año, quien indica que se tiene previsto un plan para mejorar la situación del Rugby en el Ecuador, buscar mayor implementación e infraestructura para la práctica del deporte e incluso lograr una selección sub 18. Por lo tanto para lograr una posible selección sub 18, se necesita que los jóvenes de entre 15 a 18 años empiecen a jugar rugby.

De esta manera podemos crear el perfil de nuestro público objetivo ya delimitado, como se observa en el siguiente cuadro.

Geográfico	Demográfico	Psicográfico
Provincia: Pichincha Ciudad: Quito Sector: Centro-Norte	Edad: 15-18 años Sexo: Masculino y Femenino Ocupación: Estudiante de secundaria Institución: Públicas y privadas.	Actividades Pasatiempos Deportes Vacaciones Grupos sociales Juegos de video

Figura 15. Perfil público objetivo

3.- Que solución de diseño se tiene en mente

La creación de un material con la información necesaria para dar a conocer lo que es el rugby y como se juega. La manera para difundir la información será a través de una presentación a jóvenes que pertenezcan a la audiencia seleccionada.

Elementos a destacar:

- Valores del rugby
- Filosofía del rugby

Requerimientos específicos

- Identidad propia del Kit
- Fácil entendimiento
- Presentaciones de corta duración

Tono

Se considera que debe ser entretenido, informativo y juvenil.

4.- Donde se utilizará el diseño.

En aulas o espacios designados dentro de las instituciones educativas. Con la posibilidad de tener una reproducción en el Internet o redes sociales.

5.- Porque se requiere el diseño.

Se propone los siguientes objetivos

Objetivos

- Informar sobre el rugby directamente al público objetivo.
- Activar un interés por la práctica del rugby
- Transmitir los valores del rugby.
- Generalizar la práctica del rugby en los colegios.

El resultado esperado es:

- Que se conozca el deporte y tengan interés por practicarlo.
- Que las autoridades tengan mayor apertura con la práctica del rugby en sus instituciones.
- Que el material visual sea atractivo y llame la atención a los jóvenes.
- Informar las reglas básicas y los valores del rugby.

Con esta información se procede a pensar en la propuesta de diseño para dar una solución a estos requerimientos, manteniendo una línea visual y coherencia entre todos los elementos.

2.1.2. Propuesta

Luego del análisis de los requisitos de diseño. Se piensa en posibles soluciones que cumplan de mejor manera las condiciones necesarias para resolver el problema planteado.

Para esto es necesario seleccionar la información básica y precisa, para que alguien pueda conocer y entender la base del juego, en un nivel introductorio.

2.1.2.1 Cuadro Problema

Se procede a realizar un cuadro en el cual se confronta el problema con su posible solución. (Siguiendo página).

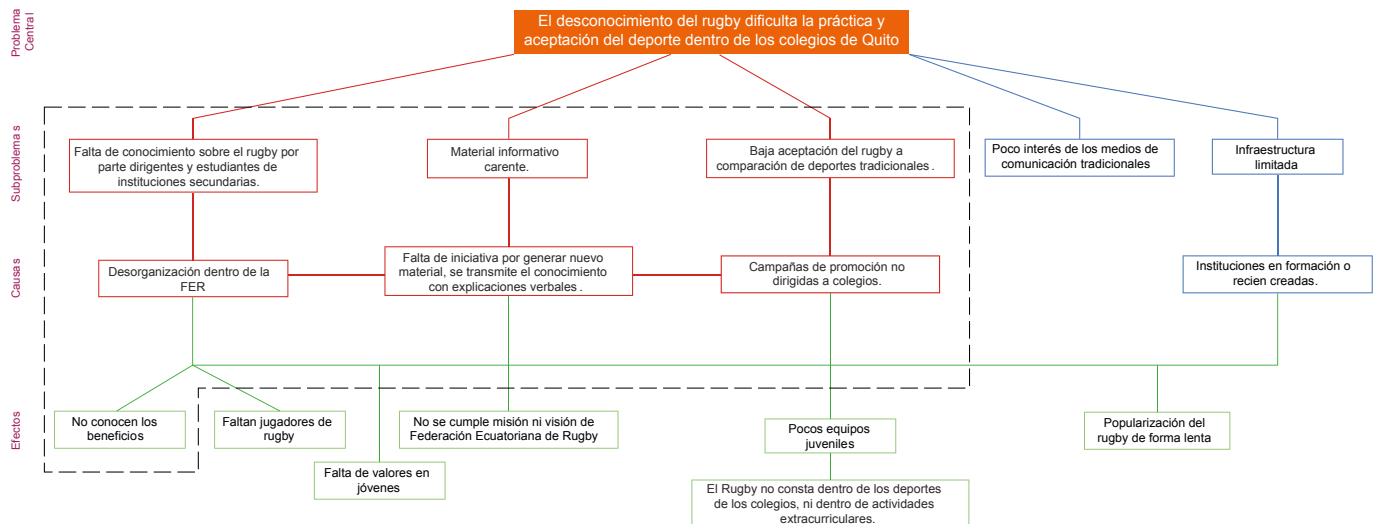


Figura 16. Esquema del problema

PROBLEMA CENTRAL:

El desconocimiento del rugby dificulta la práctica y aceptación del deporte dentro de los colegios de Quito.

PROBLEMA	CAUSA	SOLUCIÓN
Falta de conocimiento sobre el rugby por parte dirigentes y estudiantes de instituciones secundarias.	Desorganización dentro de la FER	Identificador/ Marca dirigida a público de colegios.
Material informativo carente.	Falta de iniciativa por generar nuevo material, se transmite el conocimiento con explicaciones verbales.	Elementos impresos y/o digitales para ser entregados a estudiantes.
Baja aceptación del rugby a comparación de deportes tradicionales.	Campañas de promoción no dirigidas a colegios.	Realizar presentaciones para dar a conocer el rugby directamente en los establecimientos educativos.

Figura 17. Cuadro del problema

2.1.2.2 Matriz de ideas

En este punto se procede a realizar una propuesta basada en el cuadro anterior. Con el fin de dar solución al problema planteado. Para realizar una selección de soluciones se procede a usar la herramienta de matriz de posicionamiento que según indica el libro de Design Thinking de Mauricio Vianna es “una herramienta de análisis estratégica de las ideas generadas, utilizada en su validación, con relación a los criterios orientadores, así como a las necesidades de las personas creadas en el proyecto. El objetivo de este recurso es apoyar el proceso de decisión, a partir de la comunicación eficiente de los beneficios y desafíos de cada solución, de modo que las ideas más estratégicas sean seleccionadas para ser prototipos” (Vianna, et al, 2011, p111)

Por lo tanto se realizó la siguiente matriz:

Matriz de Ideas						
	QUÉ	CÓMO				
		A	B	C	D	E
1	Informar sobre el Rugby directamente al público objetivo.	Creando gráficos de las reglas básicas	Gráficos animados que ejemplifiquen las reglas	Filmaciones de los movimientos de un jugador	Recopilación impresa de las reglas principales	Elementos lúdicos que indiquen las reglas
2	Activar un interés por la práctica del rugby.	Piezas visuales que use texto e imagen	Elementos impresos que incentiven a jugar rugby	Identificador para la actividad del rugby	Marketing de guerrilla en lugares frecuentados por el público objetivo.	Merchandising
3	Transmitir valores del rugby	Presentaciones dentro de las aulas	Creando imágenes que resalten y representen los valores del rugby	Presentando a jugadores apoyados de elementos visuales	Peliculas	Representación teatral
4	Difundir la práctica del Rugby en jóvenes	A través de un evento masivo de promoción	Actividad lúdica en espacio de colegios	Entrevistas a jugadores de rugby del país	Spot publicitario en medios masivos	Material de exhibición para clases de educación física

Figura 18. Matriz de ideas Fuente: Vianna, 2011

Para evaluar dicha matriz se tomó los siguientes parámetros o variables a decisión del diseñador basado en la información obtenida en el *brief*, para poder cumplir los objetivos del mismo. De un total de 100% se lo divide para 4 de acuerdo a la relevancia de cada parámetro. Se los somete a una calificación de 1 a 5, en la cual 5 será la idea de mayor factibilidad.

- Impacto 30% (Que sea capaz de provocar una huella del rugby, de manera positiva, en el imaginario de lo jóvenes)
- Tiempo requerido 20% (Duración de la ejecución al igual que el de su planificación)
- Didáctico 20% (El método más eficaz para transmitir la información)
- Costo 15% (Recurso económico limitado)
- Disponibilidad Tecnológica 15% (Recursos tecnológicos que sean de fácil accesibilidad)

Una vez realizada la calificación de cada idea, se selecciona las que obtienen los resultados más relevantes. Estas servirán como propuesta para el diseño. (Calificación completa en Anexo 4)

IDEA	DESCRIPCIÓN	CALIFICACIÓN TOTAL / 5
1B	Gráficos animados que ejemplifiquen las reglas	3,95
1D	Recopilación impresa de las reglas principales	3,90
2C	Identificador para la actividad del rugby	4,1
3A	Presentaciones dentro de las aulas	4
3B	Creando imágenes que resalten y representen los valores del rugby	4
4B	Actividad lúdica en espacio de colegios	3,85

Figura 19. Resultados más relevantes de la Matriz de ideas

Analizando los resultados previos, se realiza la propuesta que consiste en crear una solución estratégica que se basa en una actividad conformada por varias etapas y varios elementos que juntos permitan informar y promover el rugby entre los jóvenes de 15 a 18 años. Por esta razón dicho conjunto será reconocido como "Kit".

A continuación se realiza un cuadro para traducir las ideas ganadoras en un objeto de diseño.

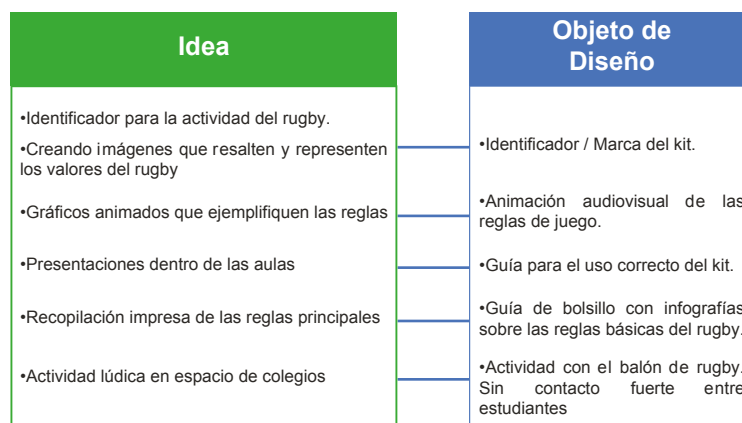


Figura 20. Ideas traducidas a objetos de diseño

Se prosigue con la propuesta de un cuadro estratégico del Kit conjunto un flujo de acción para ejecutar las presentaciones sobre rugby dentro de instituciones educativas.



Figura 21. Estrategia del Kit.

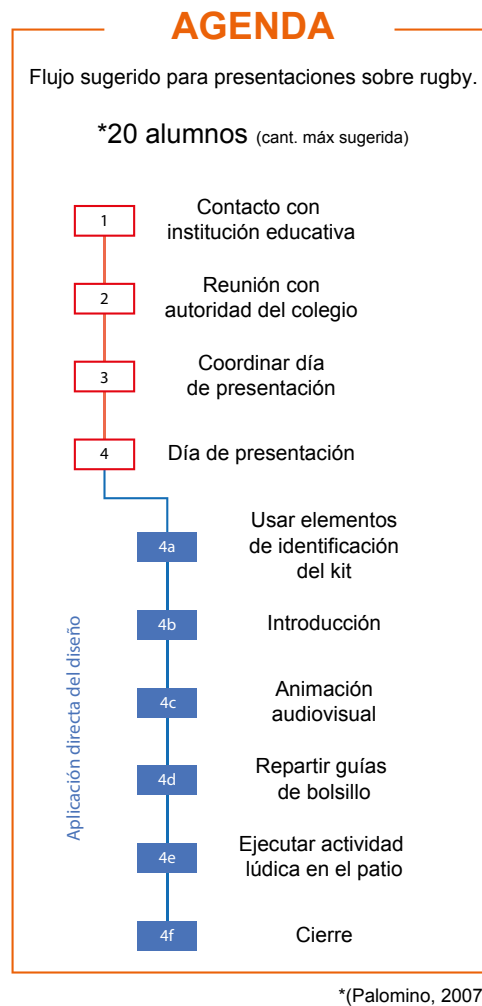


Figura 22. Flujo sugerido para presentaciones.

En el siguiente recuadro se puede observar la acción a realizar y el resultado que se espera como reacción.

ACCIÓN/DISEÑAR	RESULTADO
Identidad para un kit de presentaciones.	Reconocer la presentación y de que tema se trata.
Animación audiovisual de las reglas de juego y otra para sus valores.	Brindar información sobre que es el rugby, como se juega y sus valores.
Guía de bolsillo con infografías sobre las reglas básicas del rugby.	Generar recordación de la presentación y reforzar la información necesaria para sobre el rugby y donde practicarlo.
Actividad con el balón de rugby. Sin contacto fuerte entre estudiantes.	Crear una experiencia introductoria al rugby de manera que sea seguro e incentive su práctica.
Guía para el uso correcto del kit	Que el presentador pueda dirigir la presentación de la mejor manera.
Banda y Pin-botón identificador para expositor	Que el presentador tenga elementos que lo identifiquen con el Kit.

Figura 23. Acción de diseño y resultados esperados.

2.1.2.3 Vectores de la Forma

Con esta herramienta se sintetiza los vectores que conformarán la forma del diseño a desarrollarse. Esto se aplica tanto para diseño industrial como para gráfico. (Rodríguez, 2004)

Por lo tanto se desarrolló 5 esquemas, que son:

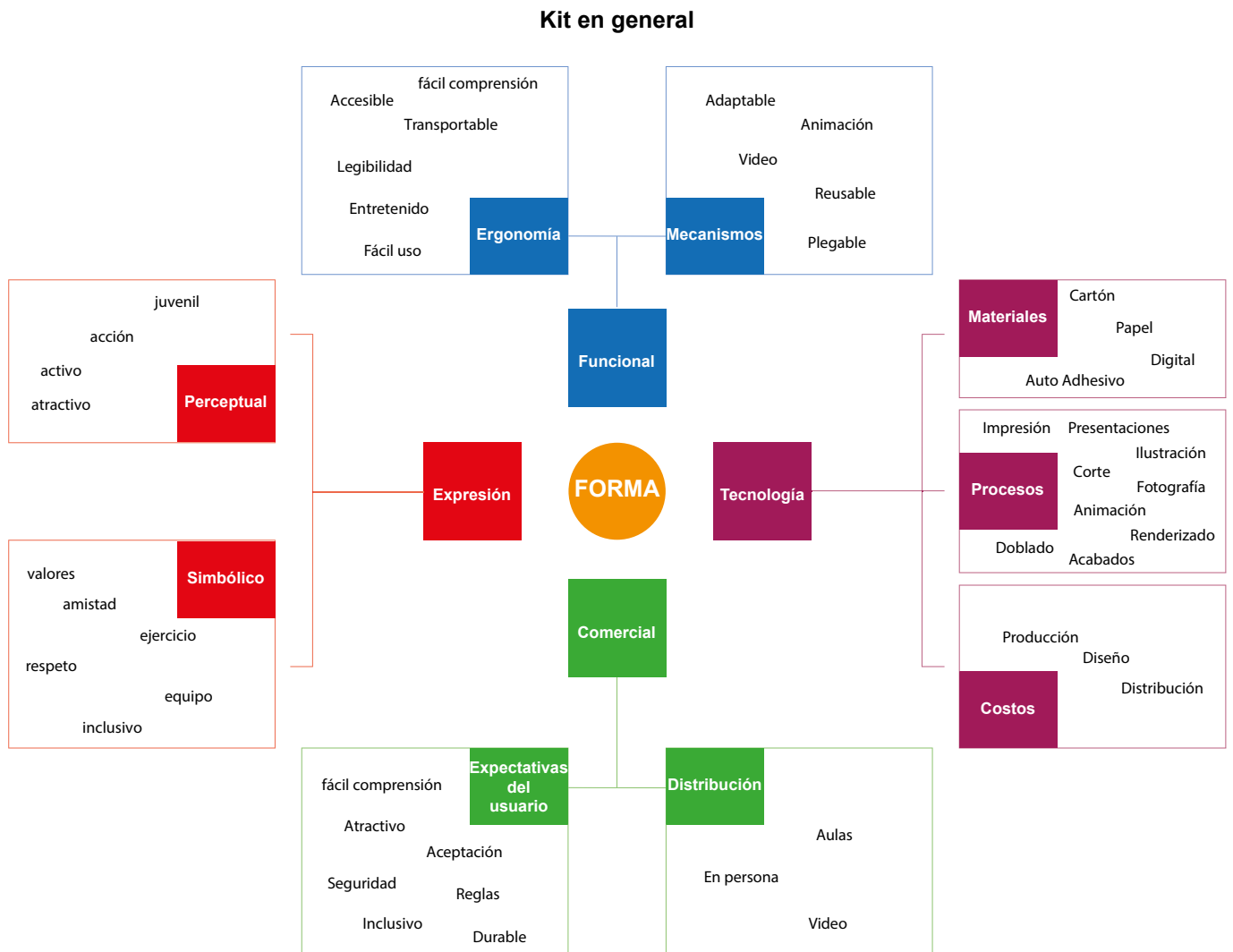


Figura 24. Vector de la forma, Kit en general. Fuente: Rodríguez, 2004.

Identidad

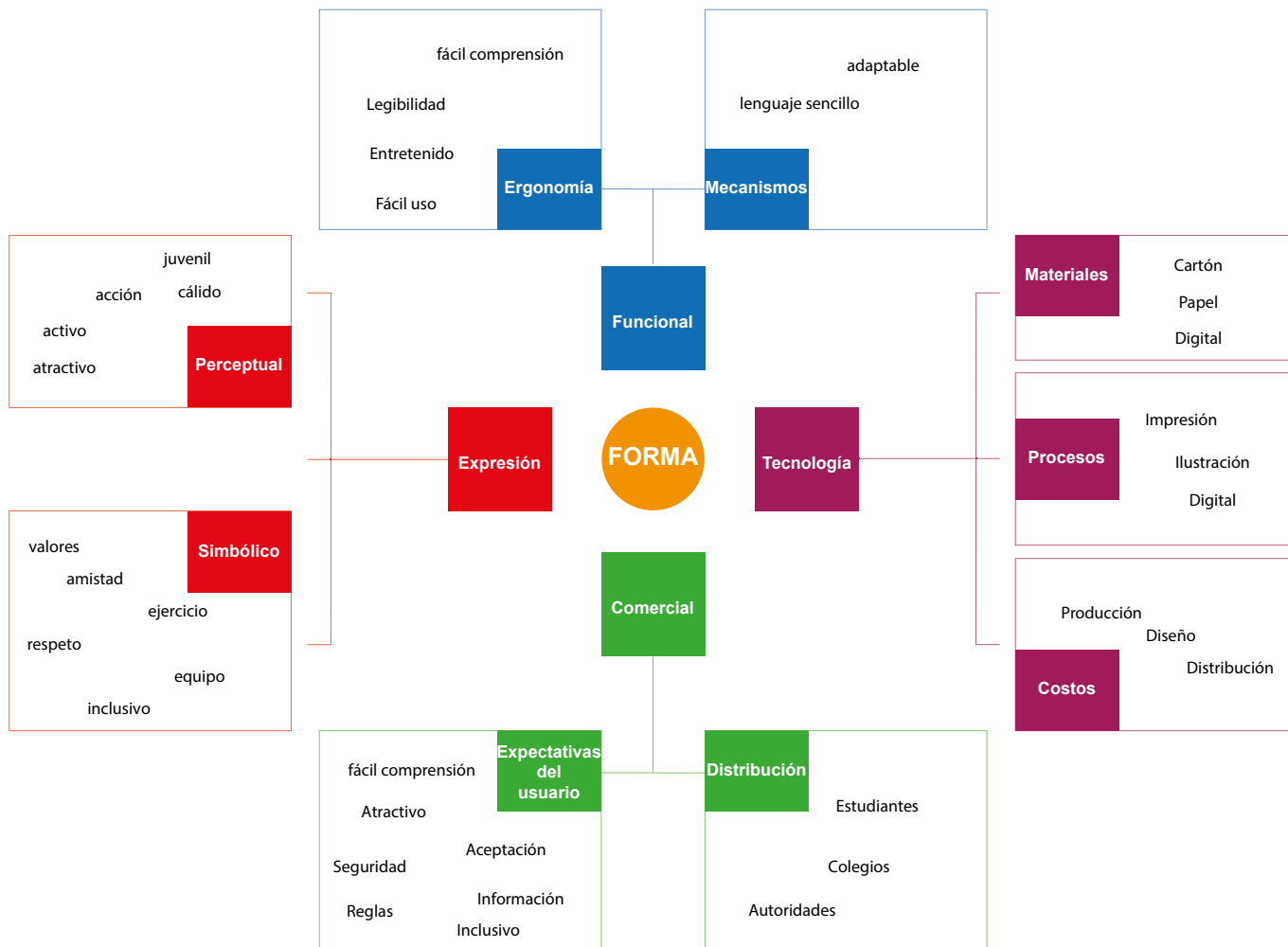


Figura 25. Vector de la forma, Identidad Fuente: Rodríguez, 2004.

Animación

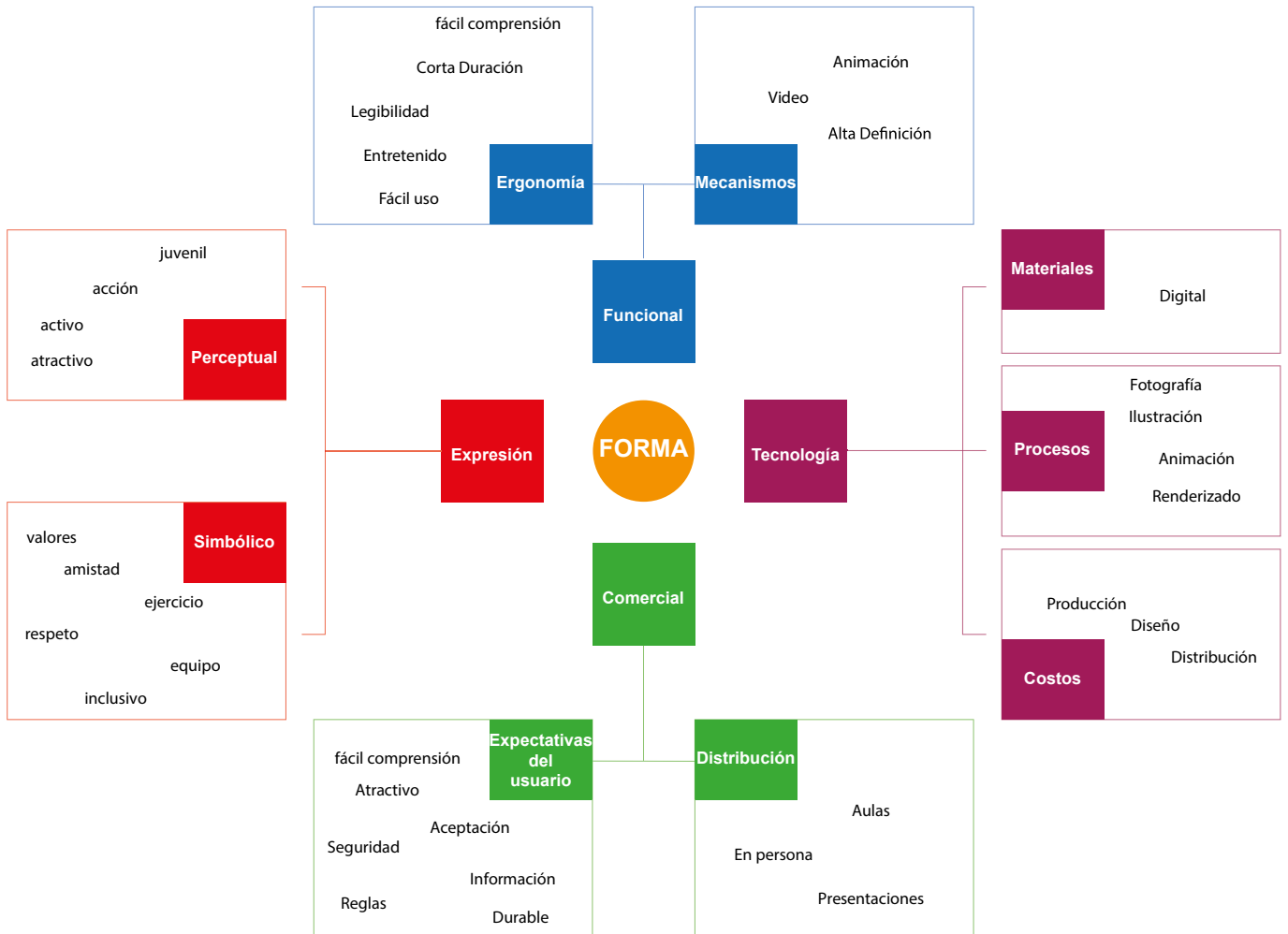


Figura 26. Vector de la forma, Animación. Fuente: Rodríguez, 2004.

Guía de Bolsillo

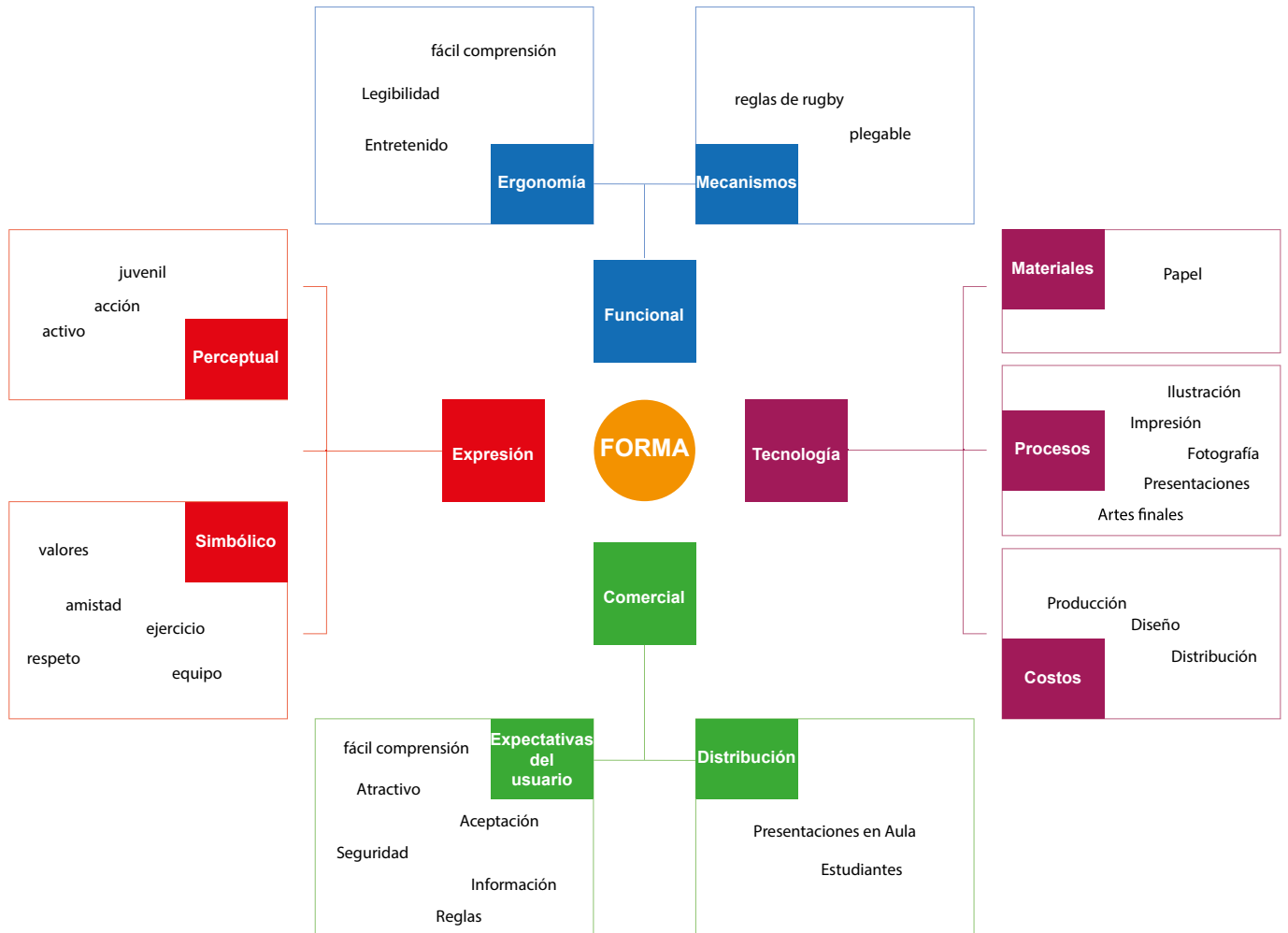


Figura 27. Vector de la forma, Guía de bolsillo. Fuente: Rodríguez, 2004.

Packaging

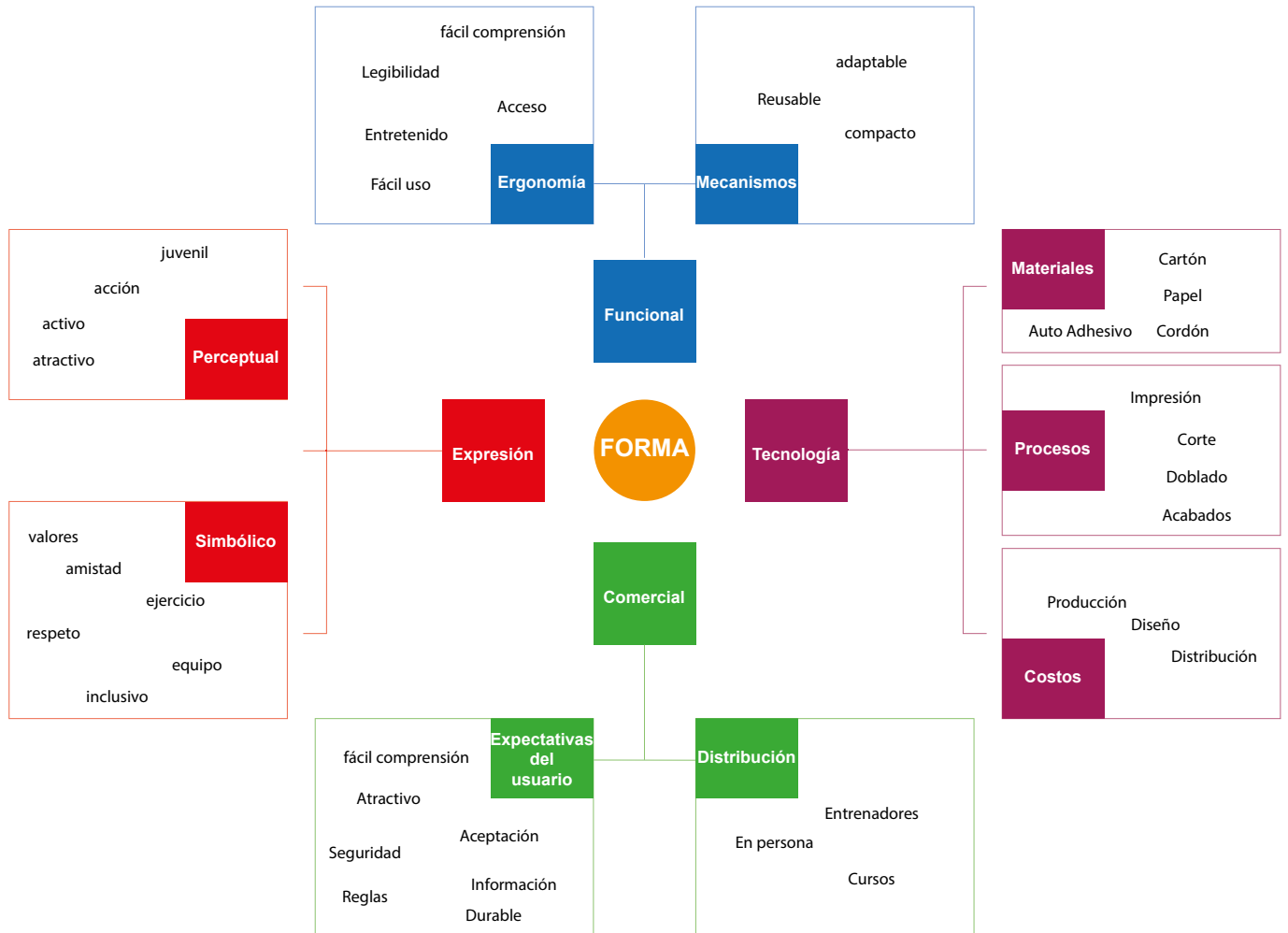


Figura 28. Vector de la forma, Packaging. Fuente: Rodríguez, 2004.

El realizar los vectores de la forma ayuda a configurar las características de los objetos de diseño basados en las ideas generadas en la matriz y en los objetivos del brief. Sirve para optimizar el tiempo. Con estos esquemas se prosigue a la siguiente etapa que involucra la fase de concepto para luego pasar al diseño como tal, es decir el bocetaje y la realización de los diferentes elementos del Kit.

2.1.2.4 Concepto

Para obtener el concepto de todo el proyecto se usa la técnica de lluvia de ideas, que está dirigida a encontrar palabras y conceptos que representen al rugby y sus valores.

Esta técnica que se deriva de la palabra en ingles *Brainstorming*, en la cual se ataca al problema con varios pensamientos a la vez, todas las posibles soluciones incluso las incoherentes, esto sirve para abrir la mente y dejar ver nuevas soluciones. (Ambrose & Harris, 2010)

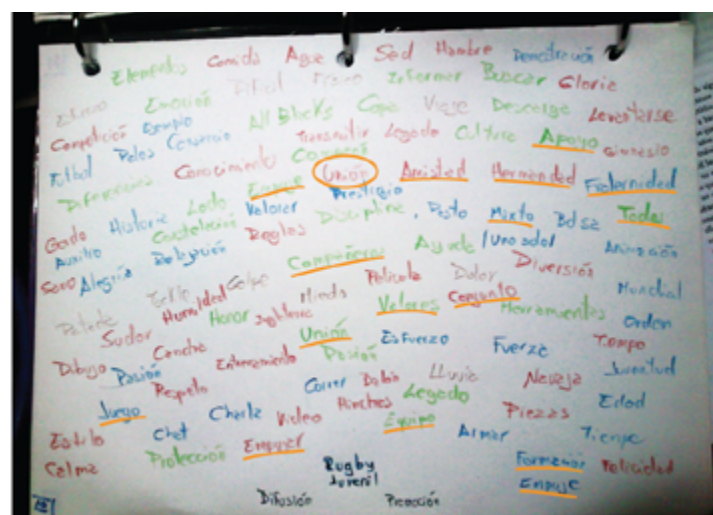
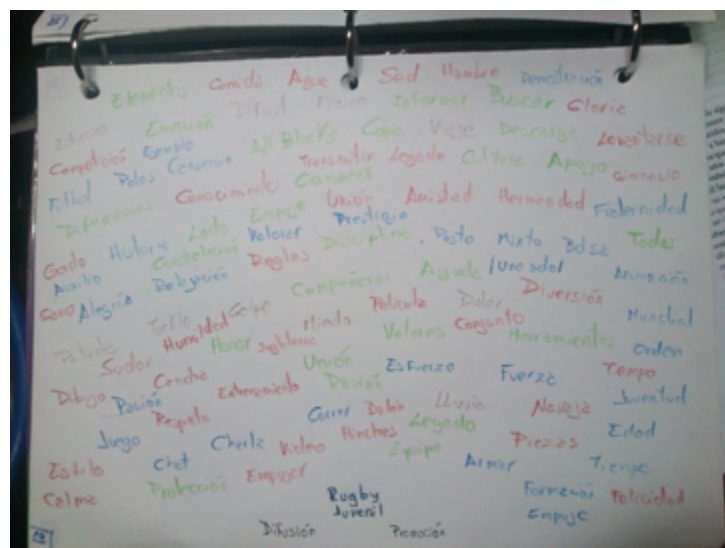


Figura 29. Lluvia de ideas - Concepto. Fuente: Ambrose & Harris, 2010

Una vez finalizado la lluvia de ideas, se procede a analizar las palabras que surgieron durante el proceso. Se observa que se repiten las palabras relacionadas con el equipo, tales como amistad, hermandad, unión, empuje, fraternidad, etc.

Por lo tanto se decide que el **concepto** que se usará es la **UNIÓN**,

- La unión es parte fundamental de la filosofía del rugby, el beneficio de equipo antes que el individual.
- Unión, para generar la fuerza que se necesita en un Scrum¹ durante los partidos, esto gracias a los 8 jugadores que empujan para ganar el balón.
- Es la unión la que genera la hermandad, fraternidad y la amistad entre los participantes del deporte, especialmente basado en lo que se conoce como el Tercer Tiempo².
- La unión de elementos para comunicar lo que es el rugby.

¹ *Scrum*: Formación en la cual los 8 jugadores *forwards*, se forman para disputar el balón producto de una falta, dictada por el árbitro. Fuente: IRB, 2008

² Tercer Tiempo: Reunión y homenaje que organiza el equipo local para compartir con el equipo visitante, después de finalizado el partido. No importa el resultado y por lo general se comparte comida y bebidas. Fuente: IRB, 2008

Por lo tanto es necesario llevar este concepto hacia los elementos visuales del Kit y sus productos, empezando con el elemento Identificador/marca. Es necesario mantener la palabra "rugby" dentro de la marca puesto que ayudará a difundir todo el deporte. Considerando para esto los objetivos de comunicación del *brief*, por eso se realiza la siguiente imagen:

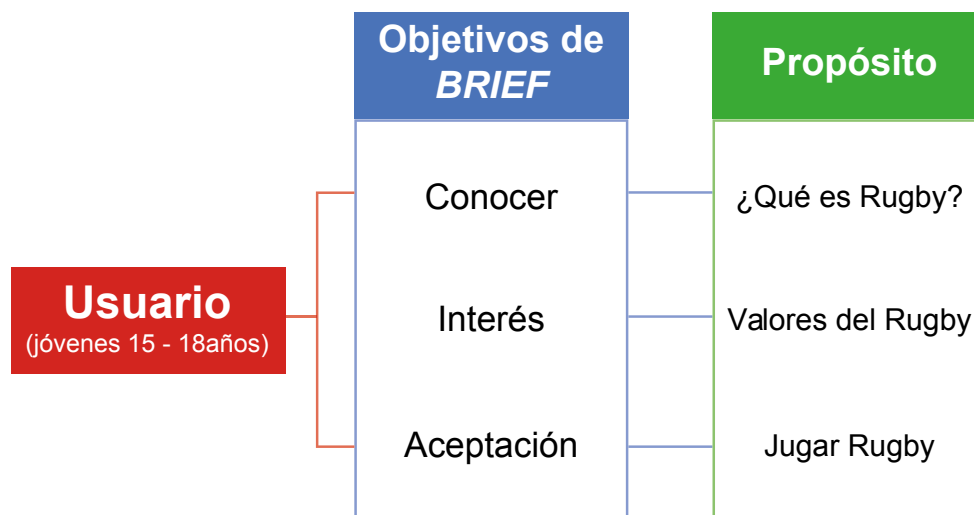


Figura 30. Objetivos de brief y propósitos.

El concepto debe ir en sincronía al público objetivo anteriormente definido y mantener el lenguaje juvenil. Al igual que debe alinearse con los valores que forman parte del rugby.

2.1.3. Validación del concepto

El concepto seleccionado se verá reflejado en todos los elementos gráficos del Kit, es decir será el centro de todo, y la información usada deberá transmitir todo lo necesario para que los estudiantes sepan lo que es el rugby a un nivel introductorio y como pueden practicarlo. Esta relación del concepto se puede ver en el siguiente cuadro:

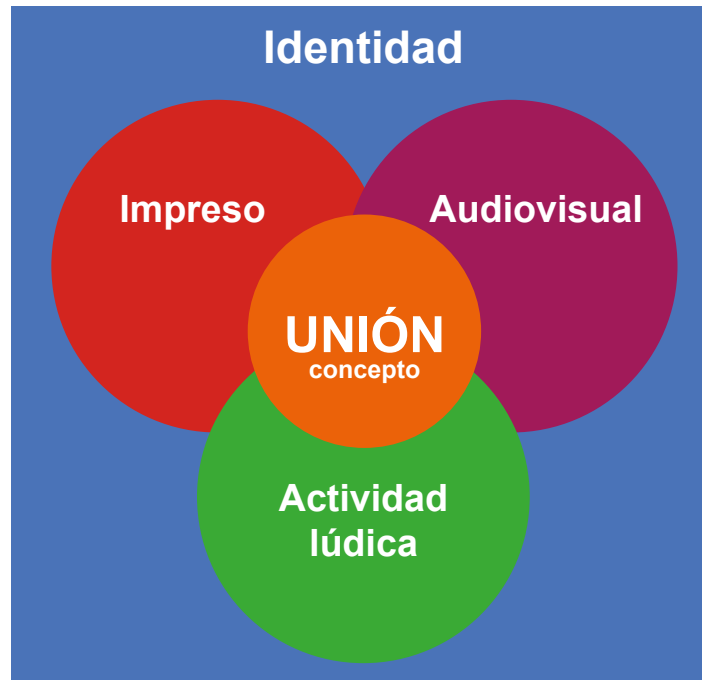


Figura 31. Relación del Concepto con los elementos.

En este punto se confrontará los objetivos del *brief* con la estrategia de la propuesta, para de manera teórica validar el funcionamiento del concepto. Al igual que las posibles soluciones a un nivel verbal sin entrar en el detalle gráfico que se lo realizará en el siguiente punto de este documento.



Figura 32. Validación del Concepto.

2.2. DESARROLLO DE LOS ELEMENTOS DEL KIT

De acuerdo a la metodología, aquí empieza la parte de diseño como tal, es decir se empieza a crear la parte visual de nuestro Kit, desarrollando las ideas seleccionadas con todos los elementos y características obtenidas en el punto anterior.

2.2.1. Identidad Visual del Kit

El primer elemento necesario para empezar el desarrollo del proyecto es el "Identificador/Marca" que es definido por Norberto Cháves y Bellucia(2006), como el signo visual de una entidad independientemente de su clasificación. Por lo tanto se empieza con este proceso.

La identidad es una parte importante de las empresa ya sean comerciales o sin fines de lucro. Pero no por eso se restringe solo a este ámbito puesto que incluso revistas o publicaciones en cada portada siguen una línea que las distingue de las demás. Por lo tanto la identidad va más allá de solo el logo de un producto. (Frascara, 2006)

Se debe comprender que cada imagen tiene un lenguaje y una fuerza de comunicación. Por lo tanto cada trabajo visual tiene un efecto global y produce una impresión en el espectador y va a depender del público al que se dirige. (Swann, 1991)

A pesar que varios diseñadores no consideren al diseño de imagen de la empresa como parte importante del aspecto comercial, según Frascara (2006) estos elementos forman parte de la presencia pública de la marca.

Muchas veces estas marcas desarrollan su propia personalidad. Se genera una combinación de valores, cualidades o atributos. Esto ayuda a generar una conexión y una relación con el producto. (Ambrose, 2011)

Cada elemento que conforma la imagen es una contribución al estilo propio, es decir la tipografía, color, fotografía, ilustración, etc. Por lo tanto debe conjugarse de manera que en su aporte individual contribuya al todo, con el mensaje adecuado. (Swann, 1991)

Perfil de Identidad.- Esta herramienta nos permite modelar los valores y atributos que queremos expresar con la identidad visual de una empresa u organización. (Capriotti, 2009)

Debemos realizar una selección de los atributos que deseamos comunicar con nuestra marca, estos estarán divididos en: Rasgos de personalidad, valores institucionales y atributos competitivos. Siendo estos últimos no tan primordiales en nuestro caso, puesto que se centran en los atributos a nivel comercial de una marca, y nuestra identidad no está pensada en ese ámbito. (Capriotti, 2009)



Figura 33. Combinación de atributos. Fuente: Capriotti, 2009

El siguiente paso es evaluar los atributos definidos y seleccionados en el anterior cuadro. Se los clasifica por relevancia, es decir, cuales son principales y cuales secundarios. Y también por reconocimiento, para esto usaremos una escala de 1 a 5, donde 5 será la máxima nota. Esto nos permitirá dar un grado de importancia para así cumplir con nuestros objetivos. (Capriotti, 2009)

Atributos	Relevancia	Reconocimiento
Fraternidad	Principal	5
Dinámica	Secundario	3
Juvenil	Principal	4
Deportiva	Secundario	3
Respeto	Secundario	3
Pasión	Principal	4
Disciplina	Periférico	3
Solidaridad	Periférico	2
Integridad	Principal	4



Figura 34. Constelación de atributos. Fuente: Costa, 2009

Naming: Este término adaptado del idioma inglés, se refiere a la creación de nombres para nuevas marcas. Es algo que se debe hacer antes del logo, del packaging o publicidad. (Healey, Matthew, 2009)

Uno de los primeros pasos es seleccionar que tipo de nombre vamos a necesitar, existen varias categorías que son:

- **Funcionales o Descriptivos:** Estos literalmente dan una descripción de lo que hace la marca o el productos, ejemplo: General Motors.

- **Inventados:** que nacen de juegos de palabras o sonidos rítmicos, ejemplo: Jeep, Google, Kodak. (Healey, 2009)
- **Vivenciales:** se parecen a los descriptivos, pero se enfocan más en una experiencia que en el producto, y según Jeremy Miller, quien dirige un estudio de *branding*, en su blog *StickyBranding*; este tipo de nombres pueden ser los más poderosos, puesto que crean expectativas y hacen que sus usuarios los elijan por encima de los competidores. También aclara que es el resto es crear conexión del significado con la marca. Ejemplo: Apple, Land Rover, Caterpillar.
- **Evocadores:** Son elegidos para inspirar algún concepto que tenga la marca, como confianza y fortaleza, ejemplo: Jaguar, Lucent, Bankia. (Healey, 2009)
- **Referenciales:** Son los que nacen en referencia al fundador o lugar de origen como: Ford, Hewlett Packard, Evian. Dentro esta categoría se usan los acrónimos que como: IBM, HP, EMI; puesto que pueden nacer de un nombre pero con el tiempo solo las iniciales perduran. (Healey, 2009)

En conclusión, el nombre óptimo debe tener ciertas características como: brevedad, carácter distintivo, idoneidad, fácil pronunciación, aceptación y disponibilidad. (Healey, 2009)

En esta etapa inicial de boceto, se empieza con la posible selección de un nombre para el Kit de elementos y en sí para el proyecto. Se empezó con la conjugación de las dos palabras Rugby y el concepto Unión, como se puede ver en la imagen.

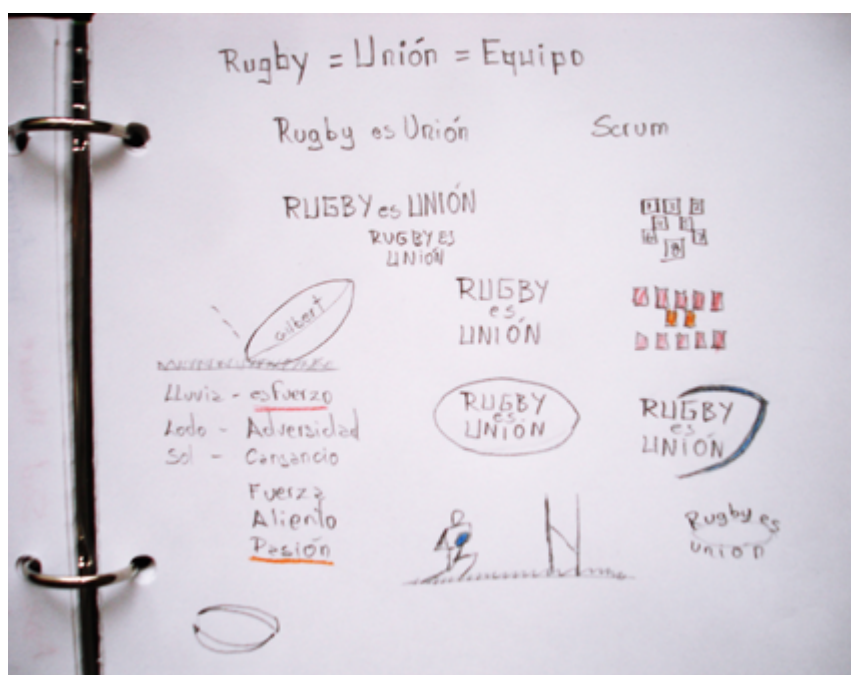


Figura 35. Boceto 1.

Esta idea quedó descartada al mencionar explícitamente el concepto seleccionado como principal y que debe regir sobre todos los objetos. Por lo tanto se decide que debe ser de una manera más sutil.

Siguiendo los pasos propuestos por Jeremy Miller, quien está establecido en USA y dirige un negocio dedicado al *branding*, y como parte de su método está el *naming*. En su blog, *Sitcky Branding*, propone como primer paso, buscar referencias a nivel local e internacional. Y en nuestro caso, haciendo uso del Internet, se obtiene los siguientes nombres:

NOMBRE	PAÍS
Get Into Rugby	Mundial
Juego Rugby soy feliz	Ecuador (adaptación local de Get Into Rugby).
Rugby Bam	México.
Rosario juega rugby	Argentina
Trust Rugby	Gales
Jugá Rugby	Uruguay
Ven al rugby es bacán	Chile (adaptación local de Get Into Rugby).

Figura 36. Referencias de nombres. Fuente: Varias páginas de internet.

Con estos referentes se puede saber el tipo de competencia que existe y como se lo maneja al tema en diferentes países. Las palabras más usadas al igual que se conoce el tipo de nombre que entra en la categoría de descriptivo.

El siguiente punto es establecer nuestras propias guías basado en lo que se menciona por Healey (2009) en la página 70 para seleccionar un nombre. En este caso serán:

- Breve
- Descriptivo, Vivencial
- Fácil pronunciación
- Que involucre valores del rugby
- Sea relacionado con nuestro concepto "Unión"

Al obtener estos lineamientos, realizamos de nuevo el proceso de *brainstorming*, lluvia de ideas para obtener posibles nombres. (Siguiente página)

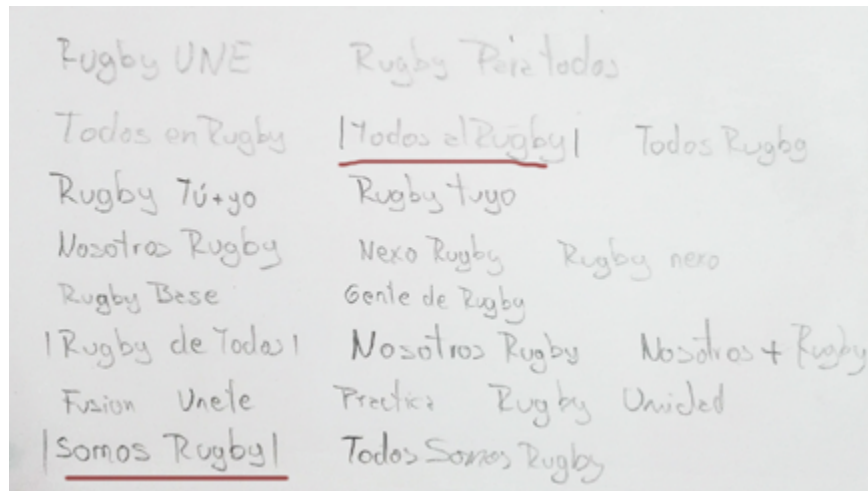


Figura 37. Lluvia de ideas para "naming" Fuente: Healey, 2009

De todas estas posibilidades, se escogen dos opciones que son:

- Todos al rugby
- Somos rugby

Pero se selecciona solo una, que es: TODOS AL RUGBY. Esta decisión es basada en los requerimientos anteriores. Para comprobar si es acertada nuestra selección, Ignasi Fontvila, propone contestar unas preguntas para ayudarnos en este proceso y así someter a una prueba nuestro nombre seleccionado. (Costa, 2013)

TODOS AL RUGBY	
Preguntas	Respuestas
• ¿El nombre es apropiado y creíble para expresar el concepto?	• Al incluir la palabra "todos" se vuelve un nombre inclusivo, esto apoya a nuestro concepto de "unión".
• ¿El nombre es adecuado al target? ¿Genera asociaciones positivas?	• Nuestro nombre no incluye palabras complicadas y además evoca la participación abierta para las personas. Lo cual es un rasgo positivo y acorde a nuestro target juvenil
• ¿El nombre evoca una personalidad y un carácter únicos?	• Al ser nombre de carácter descriptivo y vivencial. Demuestra la actividad de la marca y va acorde con la personalidad propuesta, que es ser divertida, juvenil, de unión, fraternidad, pasión, deporte y valores.
• ¿El nombre es memorable? ¿Tiene notoriedad por sí mismo?	• Su sencillez de pronunciación ayuda a su recordación.
• ¿El nombre incita a la acción? ¿Es suficientemente motivador y proactivo?	• Al ser una combinación de palabras, transmite una acción de participación sin discriminación en su nombre.
• ¿El nombre resulta legible con facilidad?	• Es de fácil legibilidad para las personas.
• ¿El nombre es pronunciable fácilmente?	• Tiene un ritmo sonoro y esto facilita una buena pronunciación.

Figura 38. Validación para "naming" Fuente: Costa, 2013

Como conclusión queda definido el nombre que llevará nuestro Kit y por lo tanto el proyecto, ahora se continuará con el proceso de diseño de la marca.

Signo Identificador:

Para el proyecto se busca crear una identidad de marca que permita reconocer y diferenciar al Kit.

Como se puede leer en el libro "Claves de diseño: logos" de Capsule (2007), que trata sobre el diseño de identidad. Se obtiene una serie de preguntas para diseñar una marca, es decir el *briefing* del logo. Algunas de estas serán tomadas como guía para este proyecto.

- ¿Qué audiencia van a ver con más frecuencia la variante de este logo?

Jóvenes estudiantes de colegios entre edades de 15 a 18 años.

- Si hubiera una sola cosa que comunicar ¿Qué sería?

El deporte Rugby y nuestro concepto de Unión.

- ¿Cuáles son los atributos, características, beneficios del posicionamiento de la marca?

Los atributos se encuentran en el anterior punto, Perfil de identidad Figura 33. Como complemento a ese cuadro, el rugby es un deporte que busca crecer en el país fomentando sus valores y su filosofía de juego.

- ¿Qué palabras describen la personalidad de la marca?

Fraternidad, Diversión, Juvenil, Dinámica, Pasión Deporte, Integridad, Respeto.

- ¿Dónde aparecerá el logo con más frecuencia? ¿En qué soporte?

Será implementada tanto en medios digitales como impresos, es decir debe tener un grado de adaptabilidad para ambos soportes.

- ¿Hay elementos que sean imprescindibles o deseables?

Es deseable que la palabra rugby forme parte de la marca para promover el deporte en general, al igual que el concepto seleccionado para este proyecto. Esto se refleja en el nombre seleccionado en el anterior punto.

- ¿Por qué hace falta un logo?

Para poder identificar a todo el conjunto de elementos pertenecientes al Kit. Y para obtener una coherencia visual y así poder transmitir la información de manera eficaz.

Es por eso que dentro de la clasificación de tipos marcarios creada por Cassisi, Chávez y Belluccia (Cassisi, 2011), se decide que



Figura 39. Clasificación de Identificadores
Fuente: Foroalfa, 2011

con el concepto y el brief, la mejor opción sería un identificador compuesta por imagen y palabra. Es decir un logotipo con símbolo, en el cual se represente el concepto de Unión, conjunto el rugby y sus elementos de juego. Y su identificador simbólico podrá ser icónico o alfabético.

Se usa la técnica de mapa mental que según Ellen Lupton, sirve para crear conexiones entre varios conceptos y elementos, es muy parecido a una lluvia de ideas. En este caso se usa el nombre "todos al rugby" y el concepto "unión" para buscar palabras que nos ayuden a representarlos.



Figura 40. Mapa mental Fuente: Lupton, 2011

Seleccionamos las palabras claves que nos ayuden de mejor manera en su representación visual, en este caso será:

- Balón
- Manos
- "Scrum"
- Pases

A continuación se realiza un cuadro para ver su relación directa con nuestro concepto.(Siguiente página)

Palabras Clave	Concepto
• Balón.	<ul style="list-style-type: none"> • Es un elemento muy característico del rugby. Su forma ovalada puede representar nuestro concepto Unión por lo tanto podría contener el resto de elementos.
• Manos.	<ul style="list-style-type: none"> • En el imaginario de la gente la conjunción de manos es un símbolo que representa la unión. Por consecuencia es muy útil para nuestro identificador. Además que el rugby es un deporte que se juega con las manos.
• Scrum.	<ul style="list-style-type: none"> • Esta formación única del rugby surge a partir de la unión de 8 jugadores. Por lo tanto expresa Unión. En nuestro diseño se verá reflejada en la tipografía y en los espacios entre los elementos visuales.
• Pases.	<ul style="list-style-type: none"> • En la filosofía del rugby el juego de equipo es muy importante. Sin los pases del balón entre jugadores, es casi imposible jugar. Además la posición de las manos sobre el balón es algo característico del deporte. Todo eso se relaciona con el concepto de unión.

Figura 41. Palabras clave y el concepto.

Realizamos una recolección visual de imágenes para estas palabras, usando como fuente de consulta el Internet. Este *visual board* nos ayudará a realizar los posibles bocetos.



Figura 42. Visual board Fuente: Internet.

Se realizan bocetos con varias posibilidades de representar el nombre en forma de logotipo, como se puede ver en las siguientes figuras.

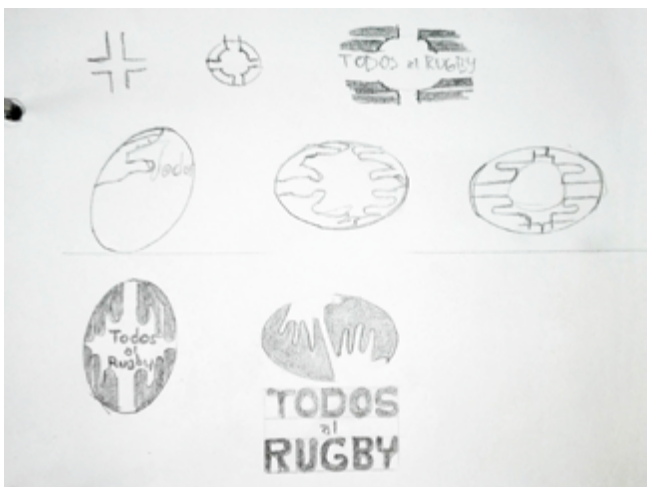
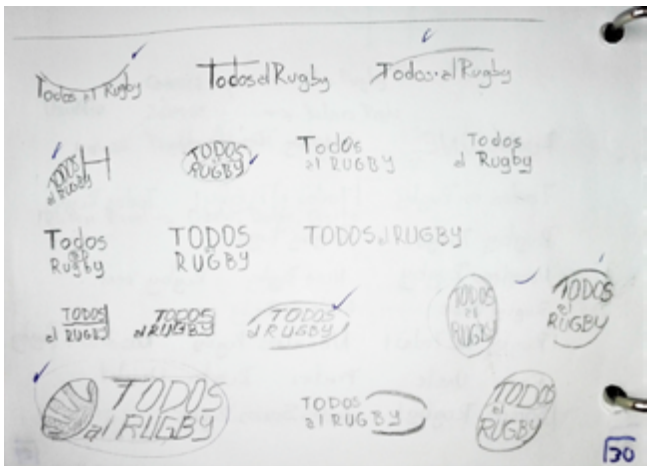


Figura 43. Bocetos para identificador.

Se digitalizan varias opciones para ver seleccionar la mejor opción de acuerdo a nuestros requerimientos.



Figura 44. Bocetos digitales

Se toma como referencia una imagen de un balón oficial de rugby, para dibujar la elipse que lo representa. Su relación de altura con respecto al ancho, es de **1:1,58**. Esta elipse sirve como base de construcción para las manos que serán representadas en nuestro símbolo.

Para lograr un grado de iconicidad suficiente para ser entendido, se usará la sustracción de formas, es decir mano se sustraerá de la figura del balón creando así un pictograma. Generando un forma de plano en el cual se visualizará líneas geométricas y orgánicas. (Wong, 2014)

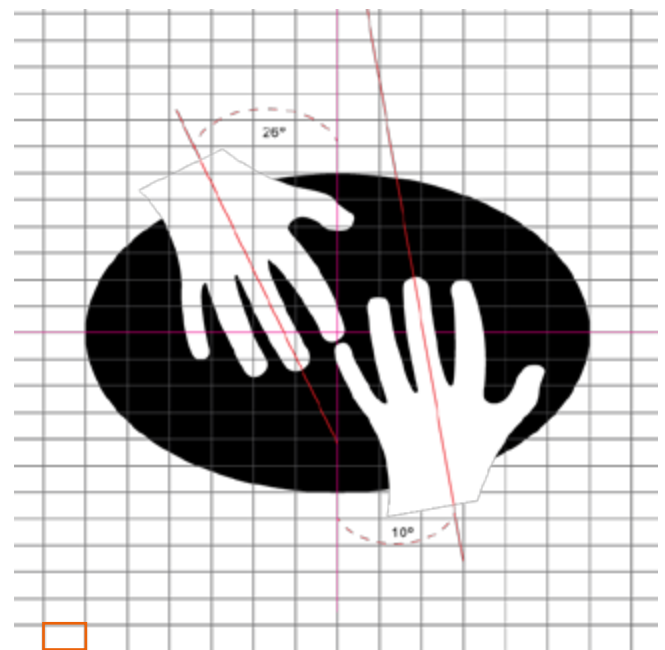
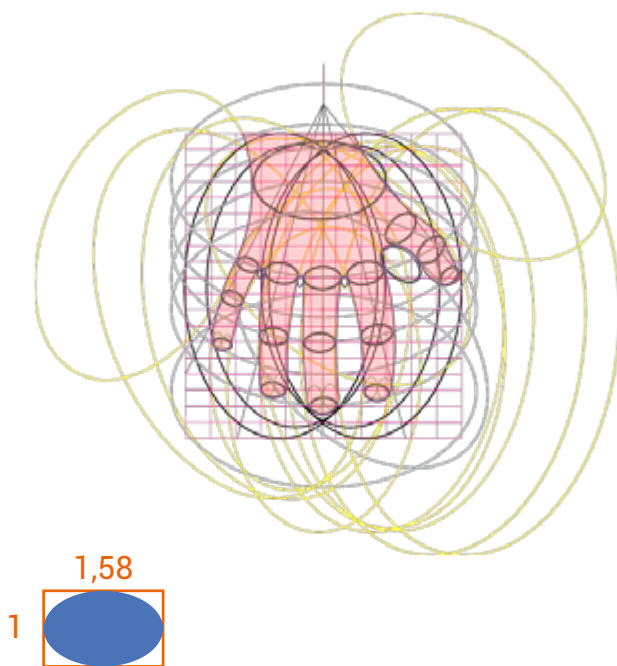


Figura 47. Construcción del símbolo del identificador.

La figura de las manos, es decir su contorno, que al ser ubicado sobre la figura del ovalo que representa el balón, pasa a ser el fondo. Es decir el ovalo es la figura y las manos parte del fondo, que a su vez da paso a que la percepción a través de la ley de cierre, permita ver un balón sostenido por unas manos. Se convirtió en un todo, ambos elementos que antes estaban separados. Esto permite crear un grado alto de pregnancia en el observador. (Villafañé, 2006)

Una vez obtenida la abstracción de la mano y ubicada sobre el balón en la posición requerida, pasamos a dar volumen al ovalo que conforma el balón, para genera una mejor legibilidad del símbolo. Esto gracias a la ley de continuidad y dirección que permite percibir un objeto sin interrupciones y verlo como un volumen reconocible y más estable. (Villafañé, 2006)

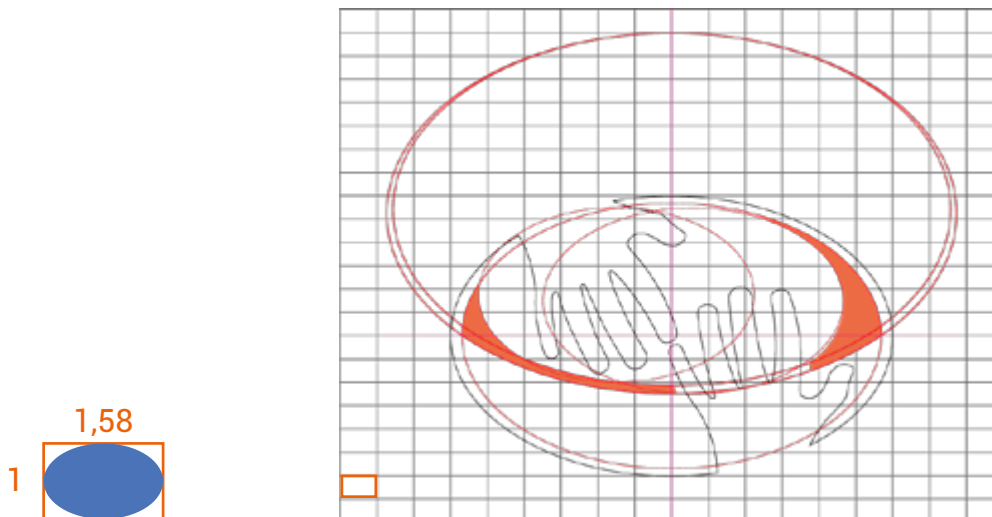


Figura 48. Volumen del balón para símbolo del identificador.

Por ser dirigido a un público juvenil se busca crear movimiento, avance y dinamismo. Para lograr ese efecto visual se gira el balón 30° , este ángulo es seleccionado puesto que simula el movimiento parabólico que el balón obtiene cuando es lanzado por un jugador durante el juego. Al mismo tiempo se realiza un cambio de dirección y una gradación conjunta una repetición de figura, en número impar para complementar el efecto de movimiento. (Wong, 2014)

Por lo tanto se obtiene el siguiente resultado.

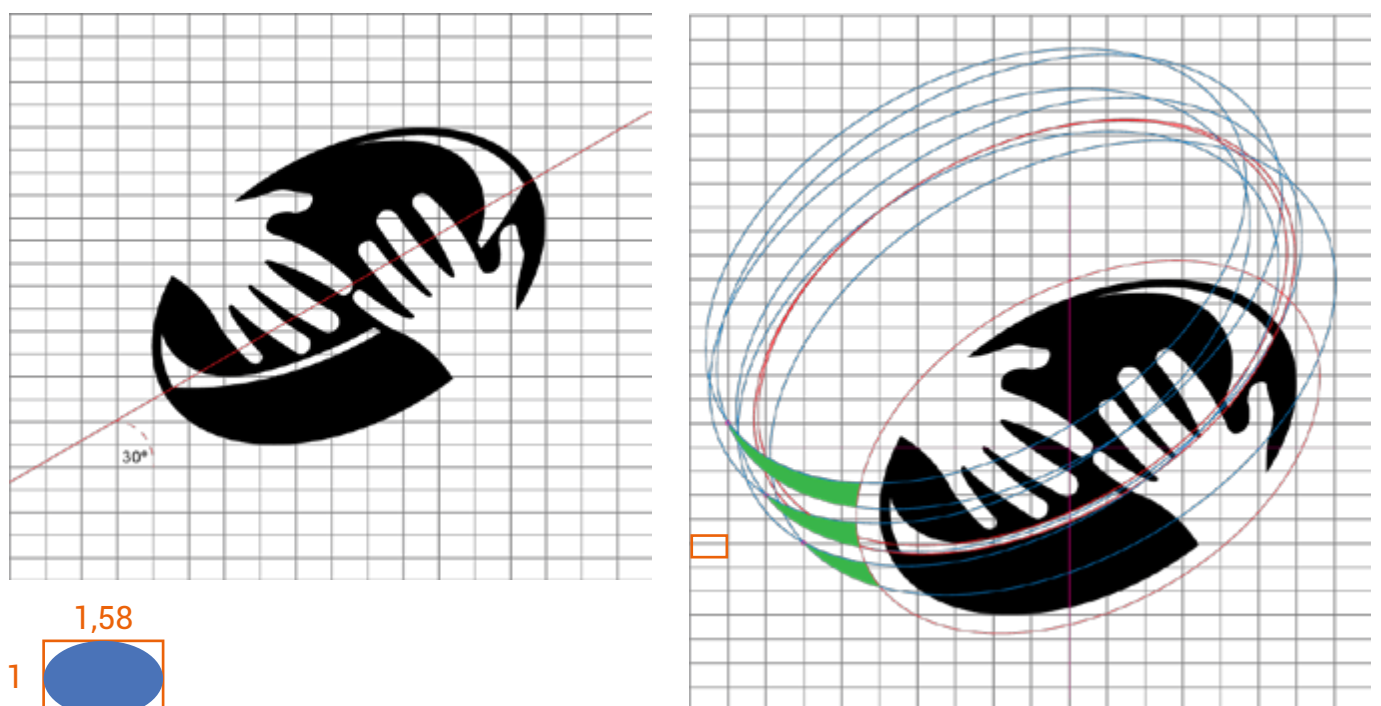


Figura 49. Líneas de movimiento del símbolo del identificador.



Figura 50. Símbolo del identificador.

Tipografía

Para completar el signo identificador del Kit, se opta por seleccionar las siguientes características de Tipografía.

El usar tipos góticos, es decir de palo seco, con trazo grueso de estilo redonda o incluso negrita; nos ayudará a transmitir nuestro concepto conjunto otros valores aplicados al proyecto como son: fuerza, modernidad y estabilidad. Al mismo tiempo, el uso del espacio y posición de los caracteres reforzará nuestro concepto. (Kane, John, 2012)

Se crea un cuadro para relacionar nuestros atributos y concepto con características visuales, y estas a su vez con recursos tipográficos. (López, 2012)

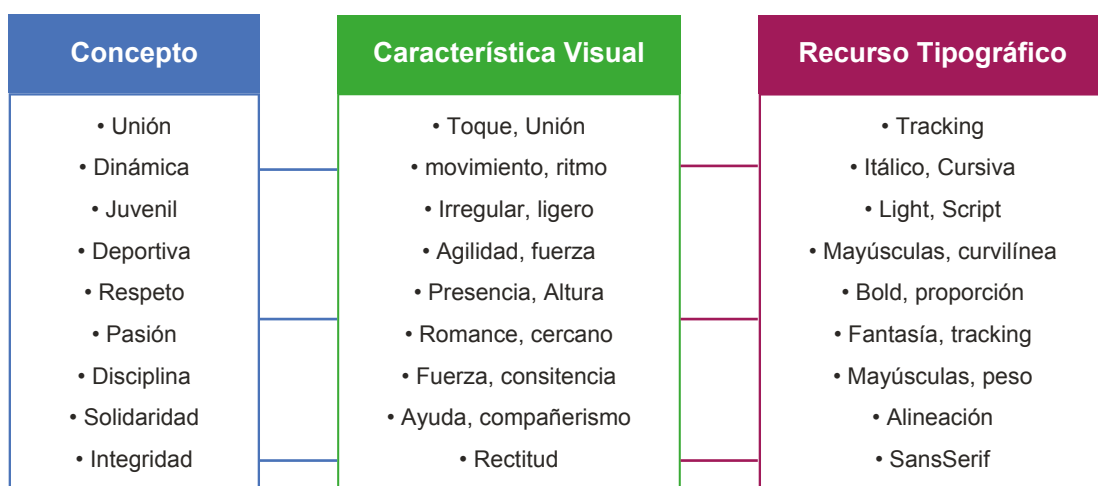


Figura 51. Recurso tipográfico. Fuente: López, 2012.

Se realiza una recolección de tipografías basadas en las características del cuadro anterior.



Figura 52. Bocetos de tipografía

De estas tipografías se opta por usar la que se encuentra subrayada en el cuadro, por tener una buena unidad entre caracteres al mantener un mismo trazo en todos las letras y números. Tener mejor ritmo, un *tracking* más cerrado.

En este caso se usará su versión *black* por su peso visual, que aporta la fuerza relacionada al deporte.

Al mismo tiempo sus caracteres en caja alta tienen buena armonía y una proporción similar entre las letras redondas y las rectas, como la "G" y la "T". El hecho de tener un eje de 90°, es decir la letra "O" no tiene inclinación, combinado con su extensión horizontal media, ayuda a una correcta legibilidad.

ENCODE SANS BLACK
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Figura 53 Tipografía para identificador.

Con la tipografía seleccionada, se realiza pruebas de la ubicación y distribución con respecto al símbolo.

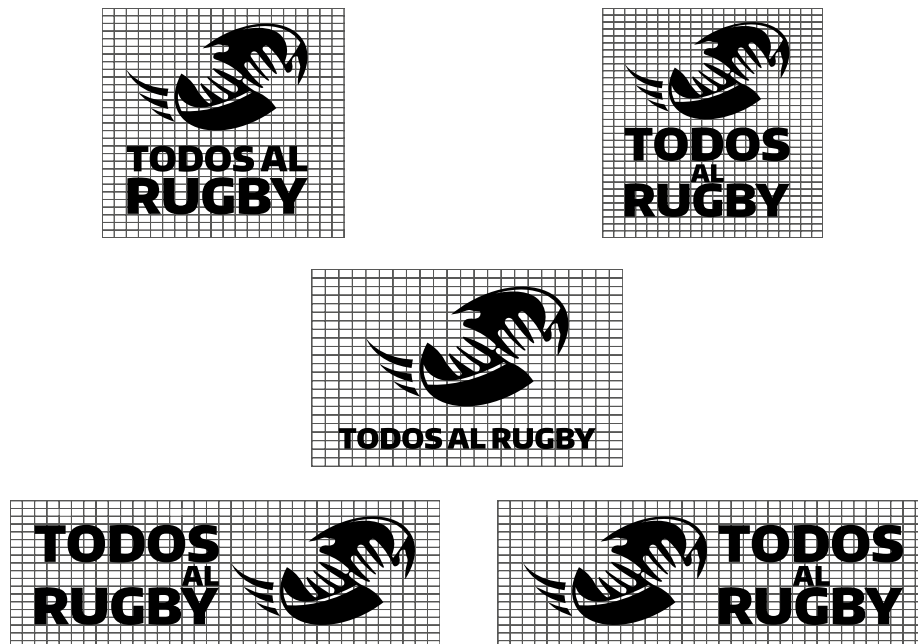


Figura 54. Ubicación de tipografía para identificador.

Se usa el mismo principio de fondo figura, al igual que en el símbolo. En la tipografía la interacción entre las letras, es de "toque", es decir se reúnen de tal manera que forman un solo elemento. (Wong, 2014) Se debe tener cuidado con la legibilidad, pero modificando ciertos trazos de la tipografía logramos un efecto de sustracción y unión. Así obtenemos la siguiente versión sobre su propia grilla, creada a partir de un rectángulo que encierra a la elipse inicial.

La ubicación del símbolo con respecto a la tipografía es alineada por su área, puesto que crea la percepción visual en el espectador de "equilibrio", es una versión del fundamento de peso visual. (Lidwell, 2011)



Figura 55. Boceto final de identificador.

Eslogan

En el proceso de diseño se decide crear una frase para complementar el concepto de unión del identificador y del proyecto en general.

“Un eslogan es una frase atrayente que trasmite el espíritu o beneficio de la marca o grupo y expresa un tema paraguas o una estrategia para una campaña o serie de campañas; también se llama reclamo, línea argumental o lema.” (Landa, 2011)

Este eslogan será usado junto el identificador en piezas informativas y publicitarias como la guía de bolsillo, los vídeos y el empaque.

Para empezar el proceso de creación del eslogan Robin Landa (2011), sugiere que la frase no debe sonar a un mal argumento de venta, y que el estilo debe ir acorde con nuestro público. Indica que debe ser como una oración dicha en una conversación casual y no algo forzado.

Se hace una lluvia de ideas para generar una frase, puesto que la mejor forma de conseguir un buen eslogan es escribir y escribir (Landa, 2011). Como parámetro de pensamiento debemos considerar que las ideas tengan relación con unión, integridad, pasión y el deporte rugby.

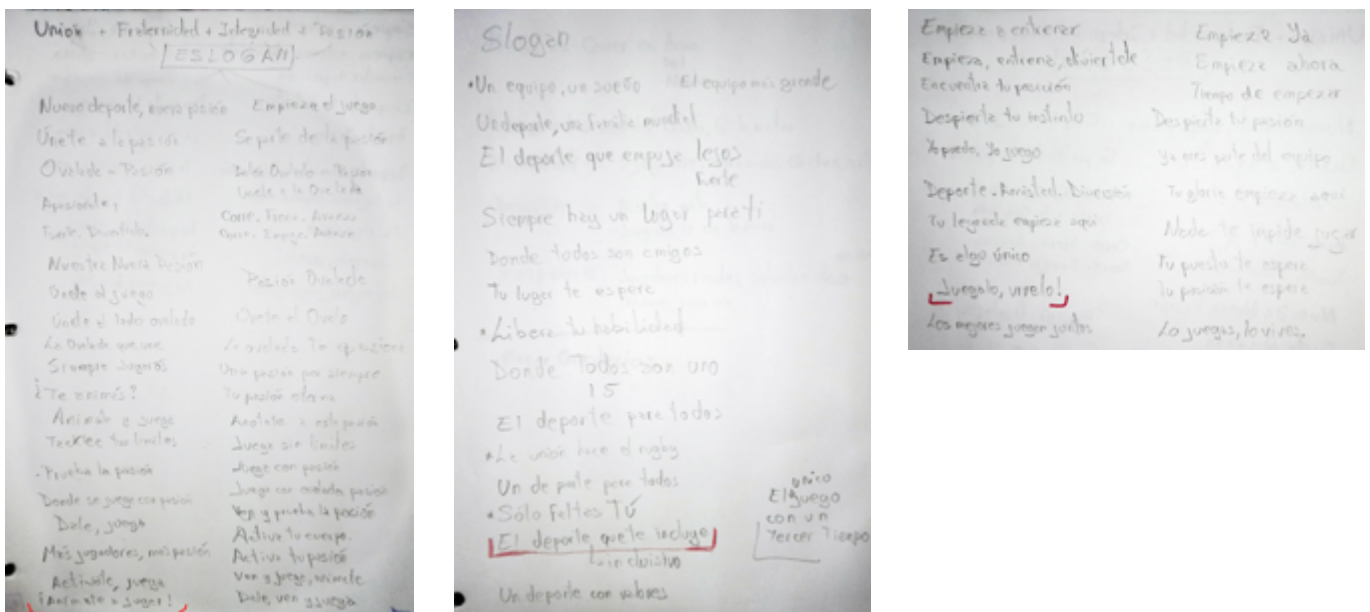


Figura 56. Lluvia de ideas para eslogan.

Entre todas las opciones se selecciona tres frases marcadas en rojo en la imagen de arriba por tener una mejor sonoridad y tener relación con los valores mencionados anteriormente.

Se hace una calificación de las tres opciones como se puede ver en la siguiente figura.

El deporte que te incluye	Juégallo, Vívelo!	¡Anímate a jugar!
COMUNICA: <ul style="list-style-type: none"> • Unión • Integridad • Pasión 	COMUNICA: <ul style="list-style-type: none"> • Unión • Integridad • Pasión 	COMUNICA: <ul style="list-style-type: none"> • Unión • Integridad • Pasión
ES: <ul style="list-style-type: none"> • Activa • Invita a jugar • Corta 	ES: <ul style="list-style-type: none"> • Activa • Invita a jugar • Corta 	ES: <ul style="list-style-type: none"> • Activa • Invita a jugar • Corta

Figura 57. Tipografía secundaria para eslogan.

De estas tres frases la segunda opción es buena opción pero se percibe como una referencia a una actividad ya conocida, como podría ser el fútbol. Por lo tanto se selecciona la última debido a que es una frase activa e invita al público a jugar.

Se prosigue ubicando el eslogan en nuestra grilla del identificador ya antes definida. Se la escribe una tipografía secundaria que es la familia Roboto.

ROBOTO REGULAR
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 1234567890

Roboto Thin Roboto Light Roboto Condensed *Roboto Italic*
 Roboto Medium Roboto Bold Roboto Black

Figura 58. Tipografía secundaria para eslogan.



Figura 59. Boceto final del signo identificador con eslogan.

Cromática

Para este punto de la propuesta se recurre a la psicología del color de Eva Heller (2004) en su obra ella realizó un estudio sobre los valores asociados a 12 colores que se encuentran en el mundo diario. En su estudio se analizó las respuestas de 2000 hombres y mujeres entre las edades de 14 a 97 años.

En su libro se analiza a cada color y su relación psicológica en la mente de las personas. Es decir las personas asocian un color para un sentimiento o reacción. (Heller, 2004)

Para nuestro concepto principal que es la Unión, no se describe exactamente en el libro de Eva Heller, pero la amistad está asociada al color blanco y azul.

Como uno de los objetivos del proyecto es usar los valores que tiene el rugby, son esos mismos los que se asociarán con un color. Por lo tanto tenemos lo siguiente:

- Integridad = Blanco
- Pasión = Rojo
- Solidaridad = Verde
- Disciplina = Azul
- Respeto = Azul (Eva Heller, 2004)

También se debe tener en cuenta los parámetros del *brief* en cual se indica que el contenido debe ser:

- Juvenil: Negro (según Heller los jóvenes entre 14-25 años prefieren este color) y Verde
- Entretenimiento y diversión: Amarillo y Naranja

Con esto se toma la decisión de tomar los colores cálidos análogos como el rojo, amarillo y naranja, puesto que según Eva Heller (2004), ese conjunto resulta en el acorde cromático para: diversión, gozo de vivir, energía, actividad, dinámica. También se usa a base una triada para conseguir un contraste resultan en azul y celeste, puesto que van con la fraternidad, disciplina y respeto. Conjunto el negro y fondos blancos como colores de apoyo.

Se propone usar la siguiente cromática para los elementos del Kit:

(Siguiendo página)

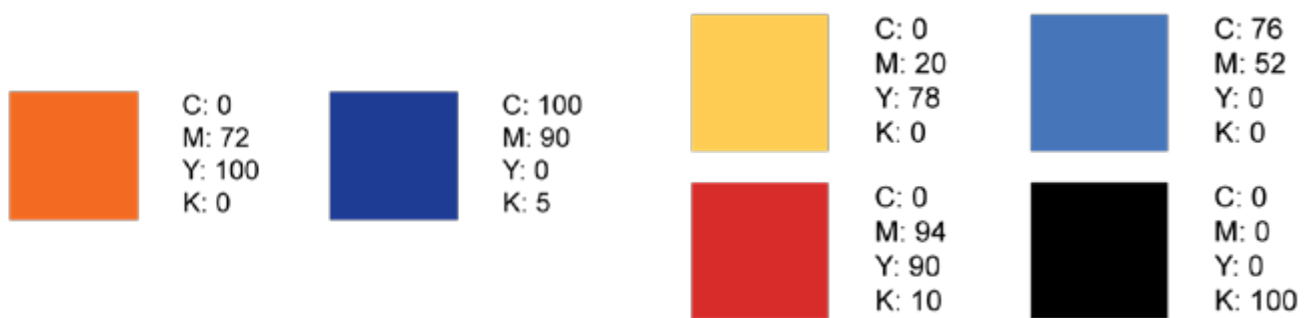


Figura 60. Paleta cromática del Kit.

Con estos colores se prueba varias combinaciones usando principalmente el rojo, naranja y azul para nuestro logotipo con símbolo y así completar su identidad.



Figura 61. Combinaciones de color de logotipo con símbolo.

Se selecciona la opción número 5, puesto que esta combinación trasmite de mejor manera nuestros atributos principales como son: la fraternidad, dinámica, lo juvenil y deportivo.



Figura 62. Boceto final del identificador a color.

Editorial e Infografía

Aquí se define los elementos impresos como son las guías de bolsillo propuesta que contenga información de refuerzo a la charla.

El diseño editorial se refiere a las publicaciones que brindan información al público, de acuerdo a Lakshmin Bhaskaran, en su libro ¿Qué es el diseño editorial? (2006). Él define seis elementos básicos y clave para el diseño y son:

- Formato
- Retícula
- Tipografía
- Color
- Cubierta o cabecera, y
- Uso de imágenes.

En la selección el contenido se ubica al texto y la imagen, su uso depende del tipo de objeto que estamos diseñando, ya sea revista, libro o folleto. La decisión de usar imágenes más representativas o abstractas va de acuerdo al público que leerá nuestro documento. (Bhaskaran, 2006)

2.2.2 Guía de Bolsillo

Para nuestro objeto editorial, primero se debe definir la información que llevará dentro. Se buscó referencias en infografías de rugby en el Internet. (Anexo 5)

Y se realizó una lista de elementos básicos para ser informados.

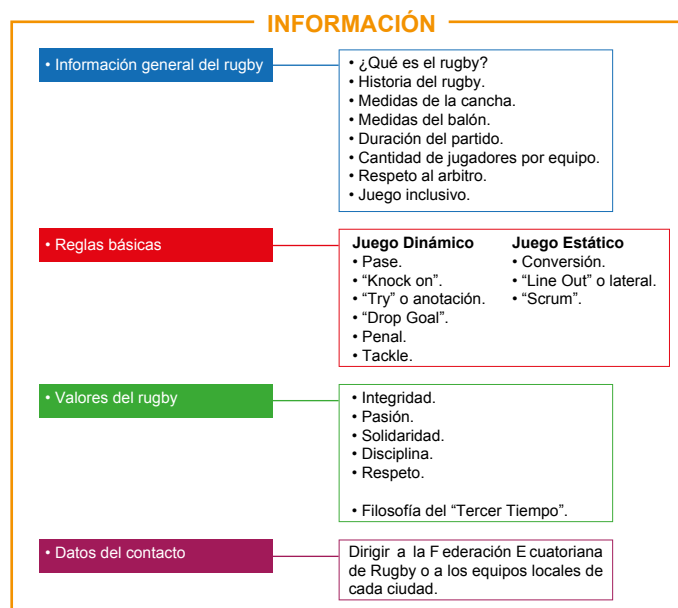


Figura 63. Información para guía de bolsillo.

Estas reglas son en base a la información obtenida de la *World Rugby*, donde se explica que es el rugby. Se dejó de lado otras reglas que se necesita de mayor explicación y son explicadas una vez que la persona empieza a entrenar o a seguir el juego.

Formato

Con esta información se debe armar un material con las características presentadas en el vector de la forma en la página 63, es decir que tenga las características de ser plegable, fácil de transportar y a la vez durable. Su objetivo principal es transmitir toda información seleccionada anteriormente.

El concepto, debe aportar para la transmisión del mensaje del proyecto, que es lograr que los jóvenes se informen sobre el rugby y tengan la oportunidad de practicarlo en algún momento. De esta manera se logrará cumplir los objetivos planteados.

Es a través de la configuración de todas estas decisiones, por las cuales la información puede llegar de una manera eficaz y eficiente al destinatario final, esa es la meta del diseño y del diseñador; cumplir objetivos de comunicación, los cuales son planteados en base de una necesidad. (Frascara, 2006)

Se piensa en el mejor formato, es decir la manifestación física de la publicación. Existen las grandes categorías como son el libro, la revista y folleto. Esta selección de formatos está influenciada en por el coste de producción. (Bhaskaran, 2006)

En nuestro caso sería algo parecido a un folleto. Se prueba con 3 formatos, como son un libro en forma cuadrada y grapado, otro en forma de tarjetas y uno rectangular en forma de acordeón.

Se realiza machotes en papel bond de las tres opciones, como se visualiza en la figura 64. Al final se selecciona la tercera opción por las siguientes razones:

- Costo no elevado de producción.
- Transmite mejor la idea de rugby
- Brinda buen espacio para ubicar la información.



Figura 64. Opciones de formato para guía de bolsillo.



Figura 65. Bocetos para guía de bolsillo.

Por lo tanto para que se fácil de llevar, se toma como referencia una tarjeta de presentación de 9x5,5cm. Con esto se define que el formato tendrá las dimensiones en su versión doblada de 6,25 x 10cm y abierto será de 18,75 x 30 cm, debido a la cantidad de información que debe contener.

Retícula

Es una de las estructuras más importantes en el diseño editorial, puesto que ayuda a organizar y unificar la información en especial el texto, puesto que la imagen se puede ubicar a sangre o alineado al texto. Su aporte principal es crear un solo estilo de diseño y que se vea uniforme. (Ambrose & Harris, 2007)

En nuestra guía de bolsillo se hará uso de retículas de módulo asimétricas, esto nos ayudará a dar flexibilidad a nuestra publicación, puesto que la información es variada, pero nos ayudará a crear un orden y un ritmo de lectura. (Ambrose & Harris, 2007)

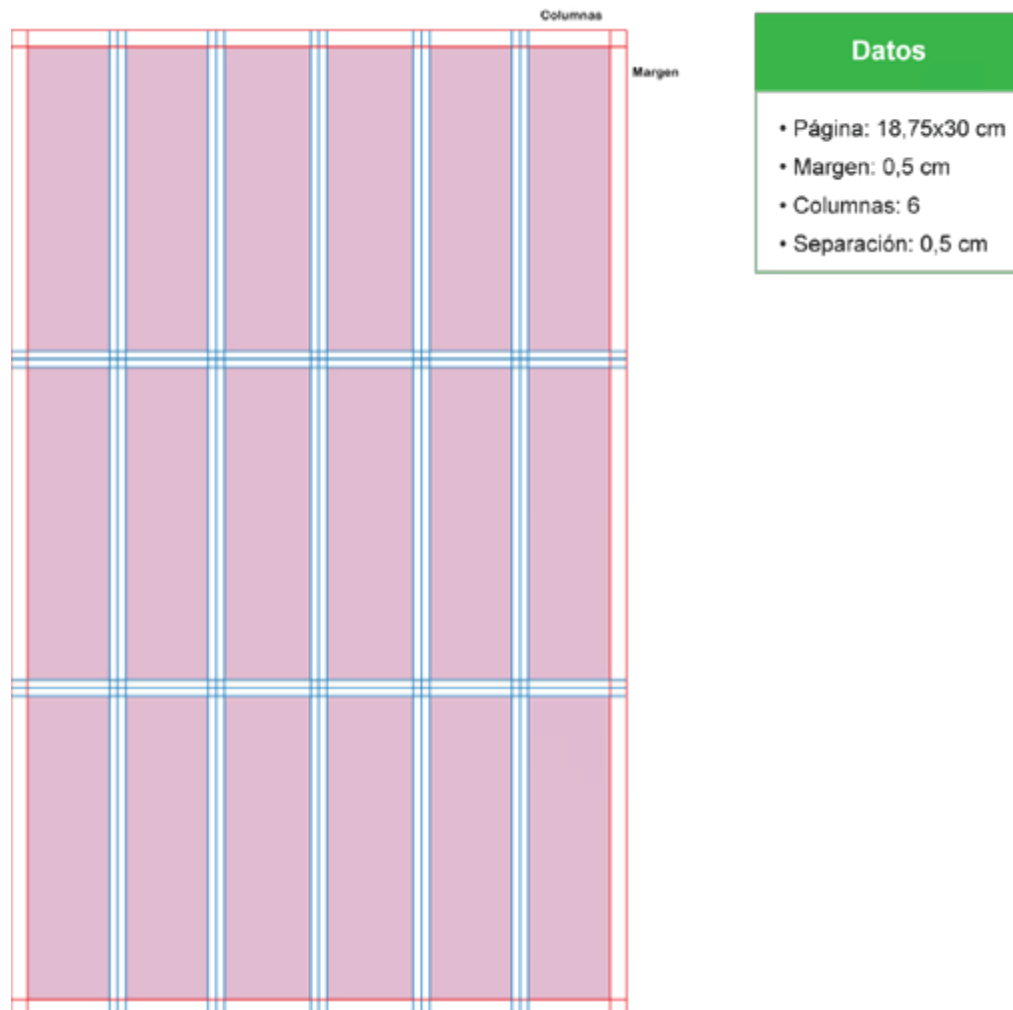


Figura 66. Retícula Guía de bolsillo

Se realiza la digitalización de los bocetos, y se ordena la información anteriormente seleccionada.

Por ser un tipo de información extensa y con un grado de complejidad medio, debemos considerar ordenar a manera de infografía.

Una infografía es un documento en el cual se sintetiza información extensa para mejorar su comunicación, por lo general usa gráfica como apoyo o sustitución de palabras. (Salvatierra, 2008)

El recorrido visual de lectura es una parte importante en las infografías puesto que la disposición de la información puede afectar a su entendimiento y causar confusiones. En nuestra guía el recorrido es en forma de "Z" puesto que es la forma más común de lectura en el hemisferio occidental, de izquierda a derecha y de arriba abajo.

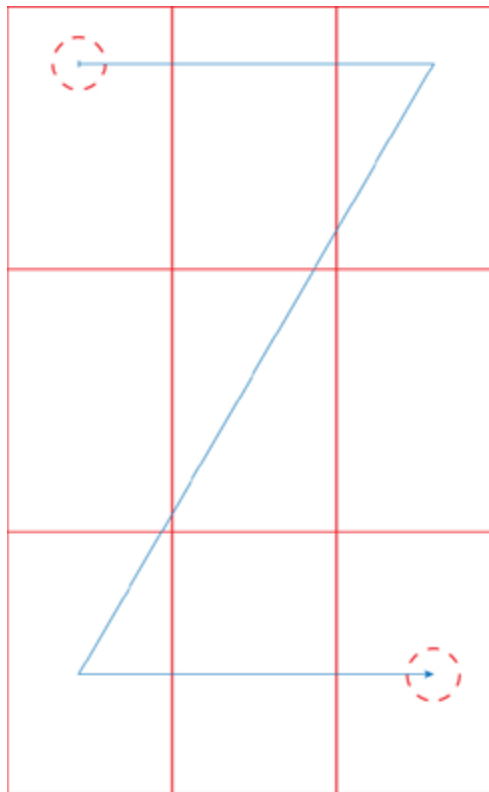


Figura 67. Recorrido visual de Guía de bolsillo

Tipografía

La tipografía es la manera en que las ideas escritas, el texto, toman una forma visual. Se puede usar varias fuentes tipográficas o variaciones de la misma familia. (Bhaskaran, 2006)

La tipografía seleccionada para los textos que lleva esta guía es sin *Serif*, para tener buena legibilidad, puesto que el material tiene un tamaño reducido. Se decide usar la misma familia tipográfica usada para el eslogan puesto que contiene variaciones de grosor, ancho y cursivas, esto nos permite crear jerarquías, estructura y navegación.

Para nuestra guía se selecciona la familia Roboto:

ROBOTO REGULAR
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 1234567890

Roboto Thin Roboto Light Roboto Condensed Roboto Italic
 Roboto Medium Roboto Bold Roboto Black

Figura 68. Familia Roboto.

Como complemento para ciertos elementos numéricos como por ejemplo el tiempo, la cantidad de puntos de las anotaciones, se usa la misma tipografía del identificador, Encode Sans Black.

ENCODE SANS BLACK
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Figura 69. Familia Encode Sans, Black

Imágenes

La manera de usar las imágenes en las publicaciones ayuda a complementar el estilo, esto depende del público que usará o consumirá nuestra publicación. Se debe guardar un equilibrio entre texto e imagen para crear un buen ritmo de lectura. (Bhaskaran, 2006)

En nuestro caso servirán como apoyo a la explicación escrita de las reglas y normas del rugby. Por esta situación, se usará gráficos en un grado de abstracción medio, es decir a manera infográfica, con una representación abstracta de la figura humana.

En el boceto digital se realiza un personaje usando una grilla basada en la figura ovalada del balón, este personaje sirve como base para crear las ilustraciones en la guía de bolsillo al igual que en gráficos animados.

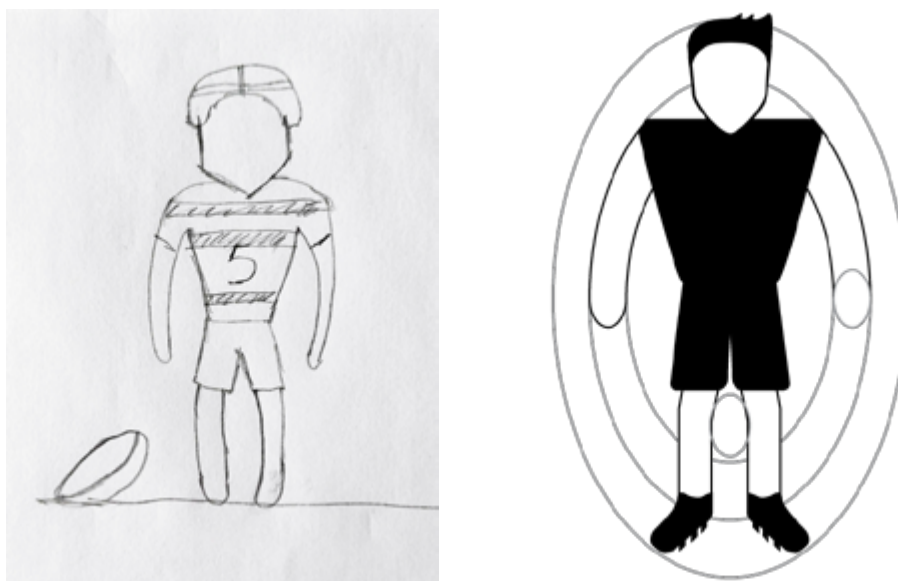


Figura 70. Boceto para personaje.

El personaje es modificado para tener un mejor impacto visual dirigido a nuestro público objetivo. Por tanto se requiere ayuda de un ilustrador, en este caso específico, será Iván Singo, quien es Ilustrador y Animador. Sobre este tema se hablará más adelante en el punto de la animación.

El resultado es el siguiente, puesto que se sigue las características de ser juvenil e informativo. Este personaje se puede adaptar a varias posiciones que se requieren para informar sobre las reglas básicas del rugby.

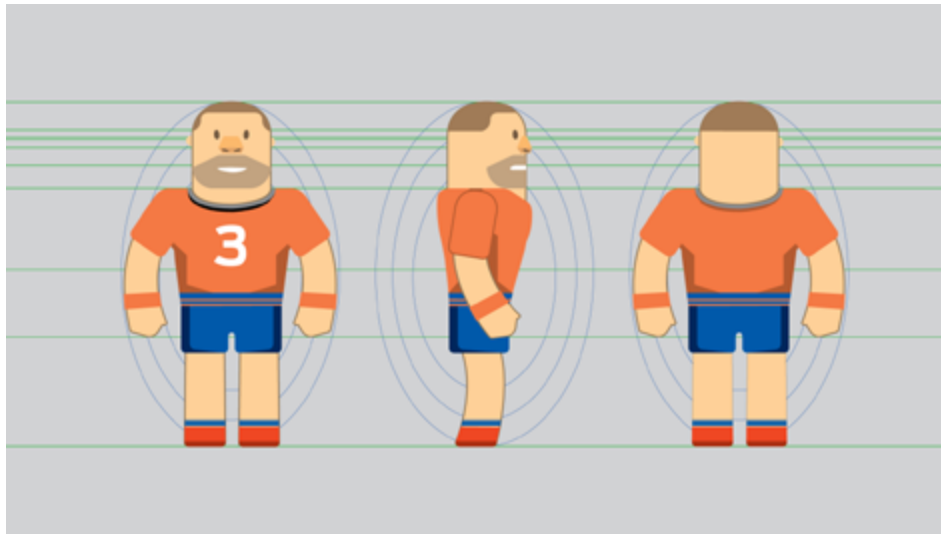


Figura 71. Personaje base. Ilustración: Iván Singo

Color

Esta herramienta nos permite comunicar sensaciones y emociones para así captar la atención de nuestros usuarios. Se lo usa para destacar, acentuar, guiar o crear un reacción en el público. (Bhaskaran, 2006)

El uso el color se lo hará en base a la paleta cromática definida en la identidad del Kit, para así mantener una uniformidad visual y coherencia de marca.

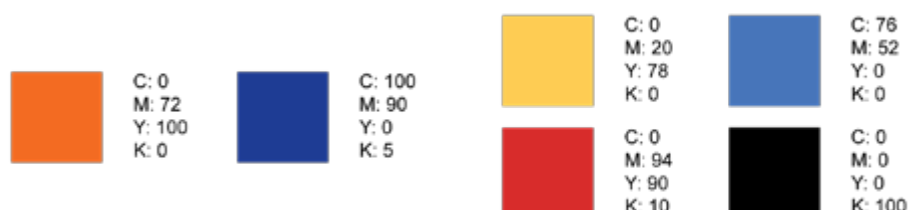


Figura 72. Paleta cromática para guía de bolsillo

Cubierta

Es la primera impresión que el espectador tiene de nuestra publicación. Indica el tema que trata o al menos hace referencia a este, ya sea por texto y color o por imágenes. El estilo y diseño dependerá del uso, es decir no es lo mismo un libro para la venta al público que un informe anual a los accionistas de una empresa. (Bhaskaran, 2006)

En nuestro caso será el logotipo de nuestro identificador del Kit, puesto que deseamos generar identidad y pertenencia de todas las piezas visuales.



Figura 73. Portada para guía de bolsillo

Se usa un fondo para el tiro y retiro con la textura del balón para complementar la idea del rugby.

Por lo tanto la guía de bolsillo queda de la siguiente forma.



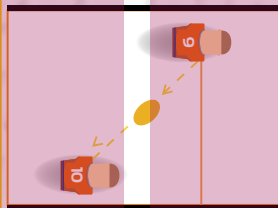
Figura 74. Boceto Guía de bolsillo tiro, retiro y plegado.

Columnas

REGLAS BÁSICAS

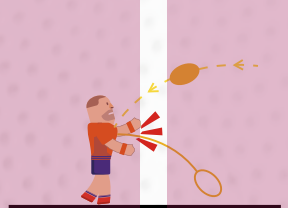
JUEGO DINÁMICO

PASE



Con las manos se lo pasa en línea paralela o hacia atrás del jugador que tiene el balón. Nunca adelante.

KNOCK ON



Si el jugador al momento de recibir el balón, este rebota o se cae hacia adelante, se produce el "knock on" y el mismo jugador no puede recoger el balón.

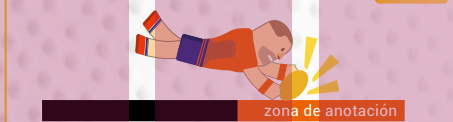


TODOS AL RUGBY
¡Anímate a jugar!

← Portada

TRY

5 PTS



Cuando un jugador apoya el balón contra el suelo dentro de la zona de anotación.

DROP GOAL / PENAL

3 PTS



Si el jugador patea el balón mientras está en juego, y este pasa por dentro de los postes. El penal se cobra cuando se marcó una falta.

TACKLE

El tackle es cuando el portador del balón es sujetado por uno o más adversarios y es derribado sobre el suelo, no se puede sujetar al jugador por encima del nivel de las axilas.

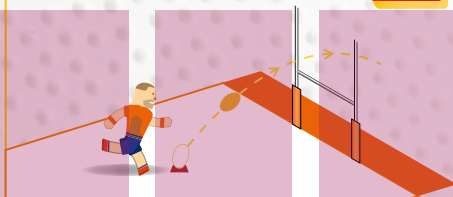


zona de tackle

JUEGO ESTÁTICO

CONVERSION

2 PTS



El jugador patea el balón y debe pasar por medio de los postes, la conversión se produce después de anotar un "Try".

LINE OUT

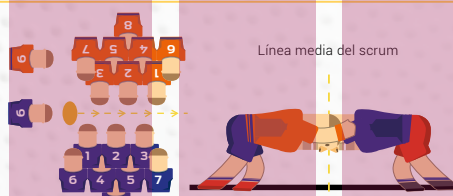


Si el balón sale del área de juego por sus laterales, se cobra un "line out". Se forman dos columnas, una de cada equipo y separadas un metro, el balón es lanzado al medio para ser disputado, un jugador puede ser levantado para ganar altura.

SCRUM

Es una de las formaciones más reconocibles del rugby, es una puja frente a frente, del grupo de "forwards". De cada equipo serán máximo los ocho y mínimo cinco jugadores en tres líneas, que se enfrentan entre sí para comenzar a empujar con el fin de que el "hooker" pueda obtener el balón que ha sido lanzado en medio de ellos, sin tocarlo con las manos. El grupo que haya obtenido el balón, debe sacarlo por detrás de la formación, donde lo tomará un jugador, usualmente es el número 9 y continuará el juego.

• Se debe tener cuidado con la posición de la espalda, para evitar lesiones



Línea media del scrum

Fondo: →
textura de balón

Figura 75. Guía de bolsillo tiro sobre retícula.

Columnas

¿QUÉ ES EL RUGBY?

Es un deporte de equipo en el cual se gana territorio usando un balón ovalado. El rugby incluye contacto entre los jugadores, pero basados en la filosofía del juego limpio.

HISTORIA

William Webb Ellis es considerado el creador del rugby puesto que en 1823, en el poblado de Rugby, durante un partido de "fútbol antiguo" el tomó el balón con las manos (lo cual solo era permitido para dejar caer el balón y patearlo después) y avanzó hasta el lado del equipo contrario. Los asistentes que tuvieron gusto de tal acción decidieron implementar más reglas y fueron formando el juego. En la actualidad existe una placa de esta leyenda.

CANCHA

TIEMPO

80 min

40 10 40

15 jugadores - 2 equipos

FORWARDS

Pilares
(primera línea)
Son los apoyos del hooker.

Hooker
Asegura el balón en el "scrum". Encargado de los saques

Segunda línea
Empujan en el "scrum".

Flankers
(tercera línea)
Defensores, tercer ala izquierdo y derecho

Octavo
Último forward, apoyo de los "flankers"

BACKS (3/4)

Medio Scrum
Es el enlace entre "forwards y backs". Dirige a los forwards

Apertura
Distribuye y organiza el juego

Wings
Son los más rápidos y ágiles, se ubican en los laterales.

Centros
Jugadores de apoyo, mueven el balón en la "línea"

Full back
Colabora en ataque y es la última defensa.

Fondo: textura de balón

Arbitro

El juez central es la máxima autoridad, no se discute sus decisiones. Sólo el capitán del equipo puede dirigirse al arbitro.

El rugby puede ser jugado por todos sin importar peso, género, talla o habilidad. Hay un puesto para todos

TERCER TIEMPO

Dentro de la filosofía del rugby, es el momento en el cual el equipo local organiza e invita a comer o tomar algo al equipo visitante. De esta manera poder disfrutar y entretenerse fuera del campo del juego, como parte del espíritu del juego limpio "fair play" y entender que el equipo oponente no es tu enemigo.

INFORMACIÓN

Mayor información en la "FER" Federación Ecuatoriana de Rugby. O en los equipos locales de cada ciudad.

TODOS AL RUGBY

VALORES

INTEGRIDAD: La integridad es central para la estructura del Rugby y se genera mediante la honestidad y el juego limpio.

PASIÓN: La gente del Rugby tiene un apasionado entusiasmo por el Juego. El Rugby genera entusiasmo, adhesión emocional y sentido de pertenencia a la Familia mundial del Rugby.

SOLIDARIDAD: El Rugby proporciona un espíritu unificado que conduce a amistades que duran toda la vida, camaradería, trabajo en equipo y lealtad, que trascienden las diferencias culturales, geográficas, políticas y religiosas.

DISCIPLINA: La disciplina es una parte integral del Juego tanto dentro como fuera de la cancha y está reflejada en la adhesión a las Leyes, Regulaciones y valores centrales del Rugby

RESPECTO: El respeto por los compañeros, oponentes, oficiales de partidos y aquellos involucrados en el Juego es esencial.

Contra Portada

Créditos y fuente

Diseño: Javier Hinojosa C. Ilustración: Ivan Singo Fuente: World Rugby

Figura 76. Guía de bolsillo retro sobre retícula.

2.2.3 Guía para presentación

Es relevante diseñar un documento que tenga como finalidad dar pautas y sugerencias para la persona que va a exponer o realizar la presentación sobre el rugby en los colegios. Es una guía para dirigir la presentación y recordar ciertos puntos de comportamiento.

Se usan varios elementos de la guía de bolsillo para mantener coherencia visual. Se diseña con la misma tipografía y cromática.

Aquí se explica la actividad lúdica para ser realizada en exteriores, es decir en un patio o un campo abierto, puesto que se necesita espacio y evitar objetos que se puedan romper con el uso del balón.

Estas actividades son sugeridas por Alberto Palomino, quien es Licenciado de Educación Física en España, el propone al rugby como actividad a ser practicada en las clases de educación física para desarrollar y descubrir habilidades en los estudiantes. Estos dos juegos son adaptados de su propuesta, puesto que él lo propone con el uso de cintas, como rugby tag, y eso involucra mayor equipamiento el cual en nuestro proyecto no es factible por razones como costo, movilidad, espacio y tiempo. (Palomino, 2007)

Formato

Se piensa en un formato similar a la guía de bolsillo por su portabilidad. Es por esto que se decide usar un formato de cuadernillo con 8 páginas de 11x8cm cerrado y 22x8cm abierto.

Por lo tanto creamos el siguiente boceto, para luego ubicar nuestra información.

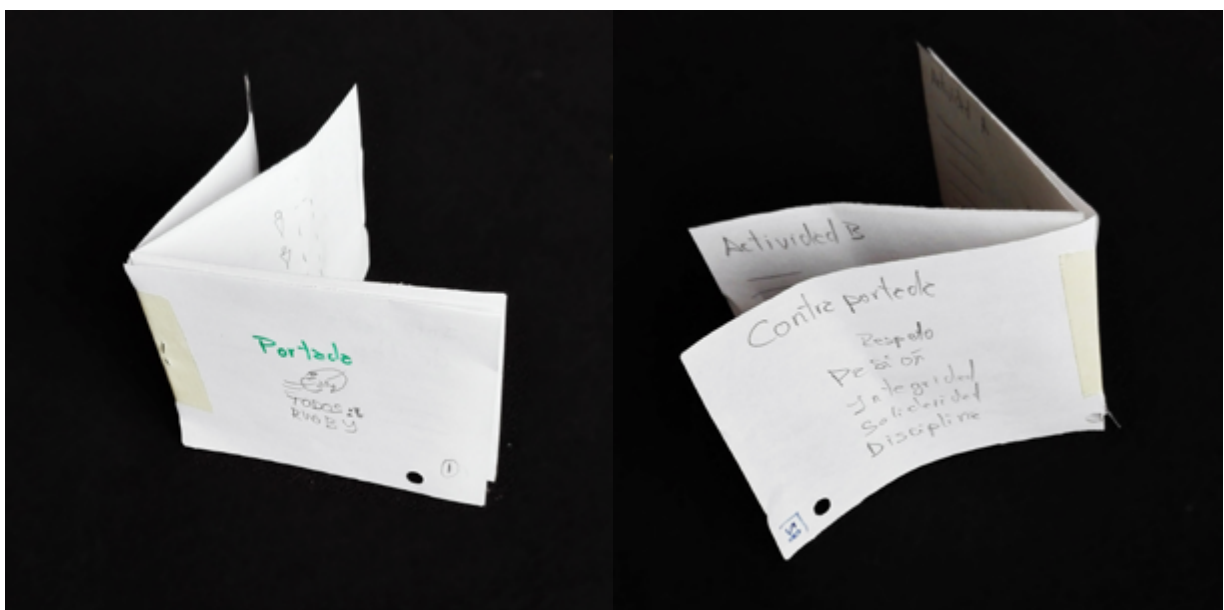


Figura 77. Boceto para Guía de presentación.

Retícula

Creamos de igual manera una retícula no rígida, para diseñar la guía. Se usan 2 columnas por página para distribuir la información. Con márgenes de 0,3cm desde el borde de la página.

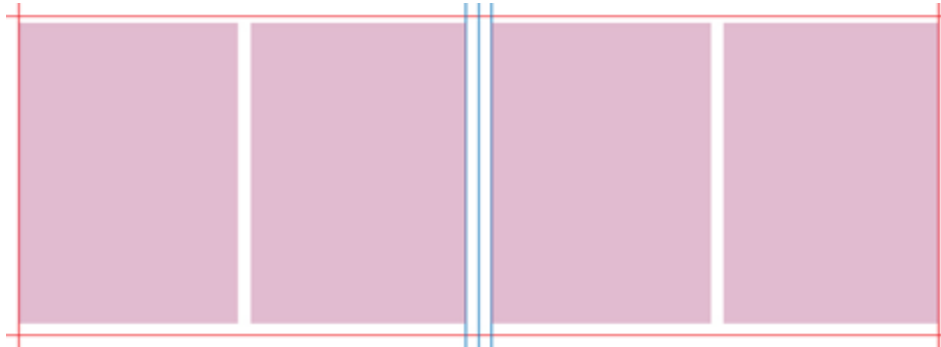


Figura 78. Guía de presentación, retícula.

Tipografía

Se usa la misma tipografía, es decir la familia "Encode Sans Black" para números y la familia "Roboto" para los textos.

Color

Se aplica la misma paleta cromática, ya definida para el kit. Así se mantiene la identidad visual con el resto de elementos.

Imágenes

De igual manera se usa nuestro personaje para explicar las actividades lúdicas.

Aquí se hará uso de dos actividades con el balón, la primera se basa en la dinámica de pasar el balón en sentido lateral, para lo cual se sigue las siguientes instrucciones:

- Se colocan dos equipos en dos filas enfrentados.
- Entre cada jugador debe haber una distancia de dos brazos y no deben moverse.
- El balón está en el suelo y a la señal del entrenador el primer jugador de la fila cogerá el balón del suelo y se lo pasará, con las manos, al jugador que se encuentra ubicado a su lado en su misma fila.
- Cada jugador tiene que pasar el balón a su compañero y así hasta llegar al último de la fila.
- El último jugador de la fila "a" le pasa el balón al jugador ubicado en la fila "b" al frente.
- El balón regresa así hasta el primer jugador de la fila "b". Y

se vuelve a repetir el juego pero ahora llevando la pelota en sentido contrario. (Palomino, 2007)

La segunda actividad se la conoce como “invasión” o “pitbull”, puesto que se trata de resguardar el territorio. Esto da la idea de la protección del espacio y un acercamiento al tackle. Las instrucciones para esta actividad son:

- Todos los jugadores están en un espacio cuadrado o rectangular, puede ser una cancha de básquet.
- En mitad del campo hay una línea que divide el terreno en dos, en el centro de la cual se situaran tres “defensores”.
- Los “atacantes” deben pasar de un lado de la cancha a otro, evitando ser sujetado por los defensores.
- Los defensores empiezan desde la línea de mitad de campo, pero una vez que se inicia el juego puede correr por todo el campo excepto por fuera del área delimitada.
- Cuando el defensor consigue sujetar a un atacante, este último se convierte en defensor.
- El juego sigue hasta que sólo queda un “atacante”.
- No permitir que nadie bote al suelo a un jugador. El juego puede ser usando el balón, esto dependerá de la disposición del entrenador. (Palomino, 2007)

ACTIVIDAD “A”

- 1 Se colocan dos equipos en dos filas enfrentados.
- 2 Entre cada jugador debe haber una distancia de dos brazos y no deben moverse.
- 3 El balón está en el suelo y a la señal del entrenador el primer jugador de la fila cogerá el balón del suelo y se lo pasará, con las manos, al jugador que se encuentra ubicado a su lado en su misma fila.
- 4 Cada jugador tiene que pasar el balón a su compañero y así hasta llegar al último de la fila.
- 5 El último jugador de la fila “a” le pasa

el balón al jugador ubicado en la fila “b” al frente.

- 6 El balón regresa así hasta el primer jugador de la fila “b”. Y se vuelve a repetir el juego pero ahora llevando la pelota en sentido contrario.

Figura 79. Guía de presentación, Actividad A.

ACTIVIDAD "B"

10 min

1 Todos los jugadores están en un espacio cuadrado o rectangular, puede ser una cancha de basquet.

2 En mitad del campo hay una línea que divide el terreno en dos, en el centro de la cual se situarán tres "defensores".

Los "atacantes" deben pasar de un lado de la cancha a otro, evitando ser sujetado por los defensores.

Los defensores empiezan desde la línea de mitad de campo, pero una vez que se inicia el juego puede correr por todo el campo excepto por fuera del área delimitada.

3 Cuando el defensor consigue sujetar a un atacante, este último se convierte en defensor.

4 El juego sigue hasta que solo queda un "atacante".

5 No permitir que nadie bote al suelo a un jugador. El juego puede ser usando el balón, esto dependerá de la disposición del entrenador.

inicio

fin

Figura 80. Guía de presentación, Actividad B.

Cubierta

Para esta portada se usa el signo identificador junto a un titular indicando que es la guía de uso, de forma complementaria se ubica a los 15 jugadores para reiterar el mensaje de que todos pueden jugar rugby.

TODOS AL RUGBY

¡Anímate a jugar!

GUÍA DE USO

Figura 81. Guía de presentación, portada.

En la contraportada se destaca los valores de la filosofía del rugby.

Y en las páginas siguientes se escribe las sugerencias y lineamientos para las exposiciones en los colegios.


<p>INTEGRIDAD: La integridad es central para la estructura del Rugby y se genera mediante la honestidad y el juego limpio.</p> <p>PASIÓN: La gente del Rugby tiene un apasionado entusiasmo por el Juego. El Rugby genera entusiasmo, adhesión emocional y sentido de pertenencia a la Familia mundial del Rugby.</p> <p>SOLIDARIDAD: El Rugby proporciona un espíritu unificado que conduce a amistades que duran toda la vida, camaradería, trabajo en equipo y lealtad, que trascienden las diferencias culturales, geográficas, políticas y religiosas.</p>	<p>DISCIPLINA: La disciplina es una parte integral del Juego tanto dentro como fuera de la cancha y está reflejada en la adhesión a las Leyes, Regulaciones y valores centrales del Rugby.</p> <p>RESPECTO: El respeto por los compañeros, oponentes, oficiales de partidos y aquellos involucrados en el Juego es esencial.</p> <div style="text-align: center; margin: 10px 0;">  </div> <p>El rugby puede ser jugado por todos sin importar peso, género, talla o habilidad. Hay un puesto para todos</p>
--	--

Figura 82. Guía de presentación, contraportada.


<p>GUÍA DE EXPOSICIÓN</p>	<p>ANTES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Confirmar la cita en el colegio. • Verificar que los elementos del kit estén completos y funcionando. • Usar la banda en el brazo derecho y el pin sobre el pecho en el lado izquierdo. • Llegar 20 minutos antes para organizar el lugar. • Verificar el sonido y proyector. 	<p>DURANTE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saludar y presentarse a los asistentes. • Reproducir el video uno (valores) seguido del video dos (reglas). • Organizar a los chicos para la actividad lúdica. • Dirigir la actividad lúdica con el balón. • Regresar al aula. • Entregar guías de bolsillo. • Recalcar los valores de rugby. • Responder preguntas. • Despedir la presentación. • Guardar y empacar los elementos del kit. 	<p>DESPUÉS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verificar elementos del kit para una siguiente exposición. • Reimprimir las guías de bolsillo necesarias para la siguiente presentación. • Mantener contacto con el colegio. <p>SUGERENCIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evitar el contacto fuerte. Mantener un lenguaje respetuoso y amigable. 	<p>DATOS</p> <p>Tiempo aprox: 30 minutos</p> <p>Cantidad sugerida de público: 20 personas máx.</p> <p>Vestimenta: Camiseta tipo Polo, color blanco.</p> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">  </div>
----------------------------------	---	--	---	--

Figura 83. Guía de presentación, lineamientos y sugerencias.

2.2.4. Elementos para expositor

Como parte de los elementos para identificar al Kit, se plantea que la persona que dará la exposición, lleve un identificativo. Para lo cual se piensa en algunos elementos que puedan ser adaptables a diferentes alturas y contexturas de las personas, ya que podrían variar entre hombres y mujeres, altos y bajos, entre otros.

Por esta razón se descarta crear elementos con el identificador de marca en prendas de vestimenta como camisetas, pantalones y chaquetas. Pero se plantea como complemento que las personas vistieran una camiseta tipo "Polo" de color blanco, sin ningún

elemento impreso. Con esto se busca mantener una línea visual y de identidad.

En cambio se llega a la idea que una banda de tela para el brazo al igual que un Pin o botón.

La banda para el brazo tiene gran adaptabilidad puesto que con un mecanismo como el velcro, se puede ajustar a varios grosores. En este caso pueden ser los brazos de hombres y mujeres. Además que su transporte va a ser mucho más factible ya que no ocupa mucho espacio y se puede doblar.

Por otro lado el Pin también tiene la misma ventaja de ser portable y puede ser usado sobre varias prendas.

Ambos casos son de un costo menor al de confeccionar una camiseta o varias dependiendo de la talla de cada expositor.

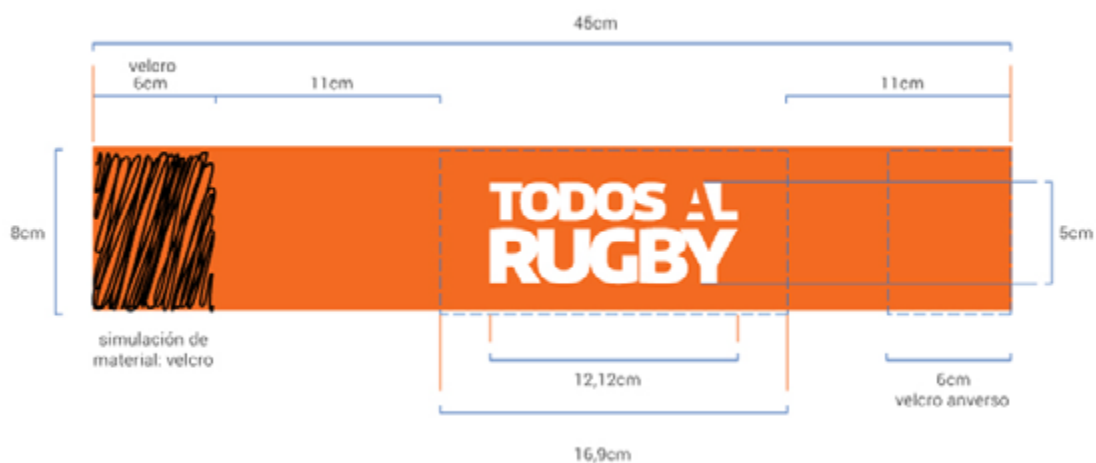


Figura 84 . Boceto Digital Banda para expositor con velcro.



Figura 85. Mock up - Pin para expositor.

2.2.5. Audiovisual

El siguiente objeto visual a desarrollarse es lo audiovisual. Esto es un concepto que abarca más sentidos, con un propósito de comunicación más amplio, entendiendo esto como todo elemento que conjuga la parte verbal, visual y auditiva para transmitir el mensaje, dichos elementos deben estar en sincronía para no crear confusión y cada uno debe apoyar al otro, generando así una mayor fuerza de interés en el espectador. (Medios avanzados, 2007)

En este punto del TFC se requiere la ayuda de un animador profesional para generar los gráficos animados que expliquen las reglas básicas del rugby. Basado en la imagen ya desarrollada. Teniendo en cuenta las palabras de Frascara que dicen:

“El diseñador, tanto en la concepción de la estrategia comunicacional como en la realización gráfica, más que un solista, es como un director de orquesta, que debe conocer las posibilidades de todos los instrumentos, sin necesariamente saber tocarlos. Su labor es, fundamentalmente, la de un coordinador. El diseñador así coordina investigación, concepción y realización, haciendo uso de información o de especialistas de acuerdo con los requerimientos de los diferentes proyectos. Dado que el trabajo del diseñador incluye la relación con otros especialistas, se requiere tener habilidad para trabajar en grupos interdisciplinarios y establecer buenas relaciones interpersonales. En suma, los diseñadores son especialistas en comunicación humana, y su medio específico es el visual”. (Frascara, 2006, pág. 25)

En este caso se contará con la ayuda del ilustrador y animador, Iván Singo. Esta decisión es tomada en consecuencia al público objetivo al que está dirigido el proyecto, como ya se lo mencionó en un punto anterior al desarrollar el personaje.

Guion

Es de los primeros pasos para crear una película ya sea animada o con personas reales. Se trata de un documento en el cuál se relatan las escenas de manera escrita con su dialogo y la acción de los personajes, son las descripciones escritas de toda la película (Wells, 2010).

Por lo tanto nosotros creamos un guion basado en la información ya prevista para las guías de bolsillo, puesto que es la información básica para conocer sobre el rugby. Se describe la acción de cada escena. Se lo va corrigiendo mientras es creado para mantener un lenguaje sencillo, a pesar que las reglas del rugby involucran anglicismos que por lo general no tienen traducción en la práctica.

Es por esta razón que se decide tener dos animaciones.



Figura 86. Información del guion para animación 1

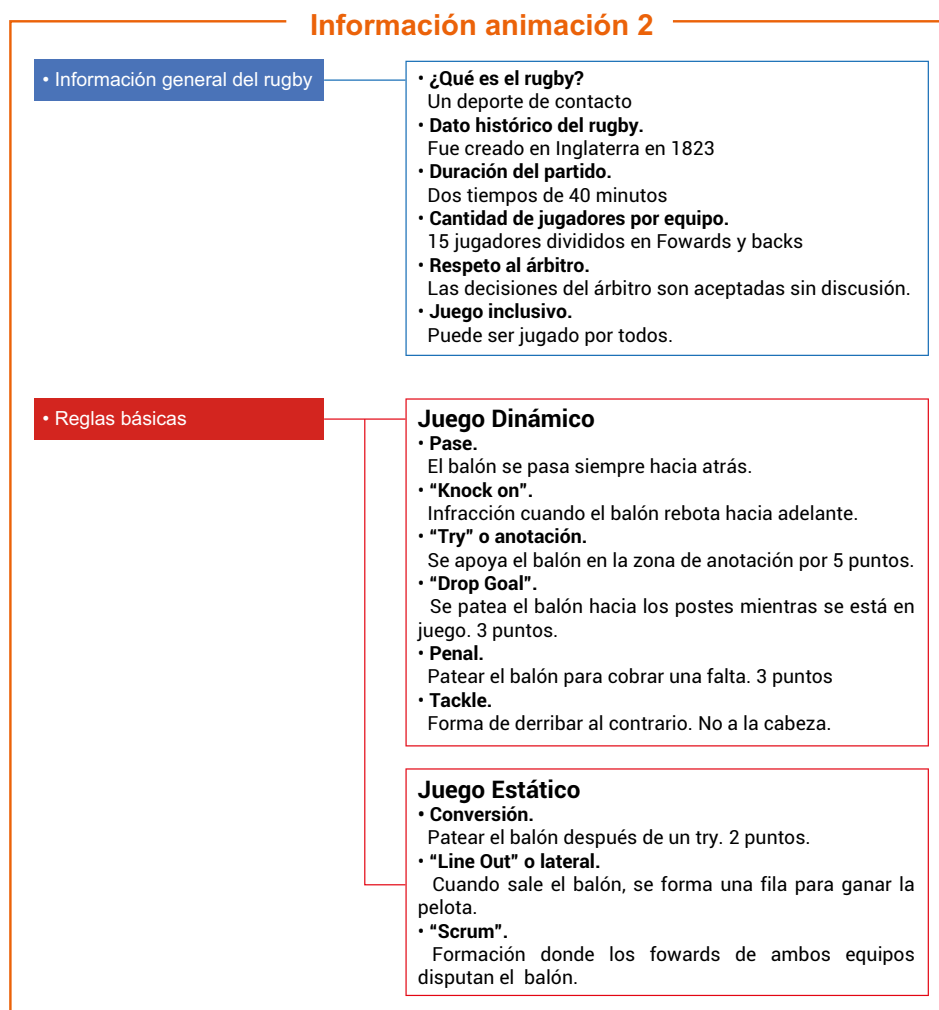


Figura 87. Información del guion para animación 2

Los guiones completos de cada vídeo se encuentran en la sección de Anexos. (Anexo 6)

Se realiza un esquema básico de los guiones, dibujando cada escena para así aclarar las ideas y pasar al *storyboard*.

(Siguiendo página.)



Figura 88. Esquema gráfico del guion 1.



Figura 89. Esquema gráfico del guion 2.

Personaje

Es el “actor” principal en una animación, puede ser un humano, un animal o un objeto. Esto depende del estilo de mensaje que se quiere dar y del público al que va dirigido. La vestimenta, la morfología y la estructura el personaje serán determinadas por las mismas razones. (Cámara, 2006)

En el presente proyecto el objetivo principal es informar sobre el rugby y generar interés a partir del conocimiento del deporte. Es por tal razón que se buscan referencias visuales para crear nuestro personaje base. Los estudios de animación First10 y Cubstudio, usan un estilo infográfico para comunicar sus campañas relacionadas a deportes. (Figura 90)



Figura 90. Referencia de personajes infográficos. Fuente: Dribble, Cubstudio.

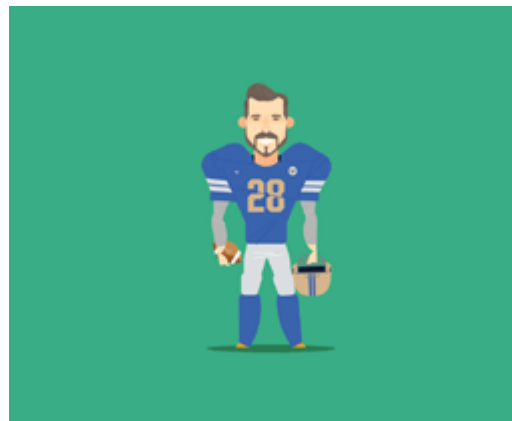


Figura 91. Referencia de personajes infográficos. Fuente: Behance, First10.

Para este punto es necesario considerar el grado de iconicidad que tendrá nuestra ilustración, puesto que según Justo Villafañe (2006) existen varios grados que van desde la imagen natural hasta la representación no figurativa. De acuerdo a su escala de abstracción, para nosotros será conveniente crear un personaje que esté en la categoría de representación artística. Esto ayuda a transmitir mejor la información, sin perder en su totalidad las características sensibles de la imagen de un jugador de rugby.

Por lo tanto se decide que nuestra línea gráfica podría ser similar a las referencias mostradas en la figura 90 y 91 por su facilidad de comunicar las reglas del juego, ser juvenil y dinámico.

Se considera las siguientes características físicas y los rasgos de personalidad básicos para definir nuestro personaje que servirá de base para las animaciones e infografías. (Siguiendo página)

Características físicas	Rasgos de personalidad
<ul style="list-style-type: none"> • De contextura gruesa, atlético. • Espalda ancha. • Estatura media. • Expresión amable. • Manos para sostener el balón. • Edad 20's 	<ul style="list-style-type: none"> • Ha entrenado varios años. • Siente pasión por lo que hace. • Puede ser capitán del equipo. • Se guía por los valores del rugby.

Figura 92. Características y rasgos del personaje.

Por lo tanto nuestro personaje es el siguiente:

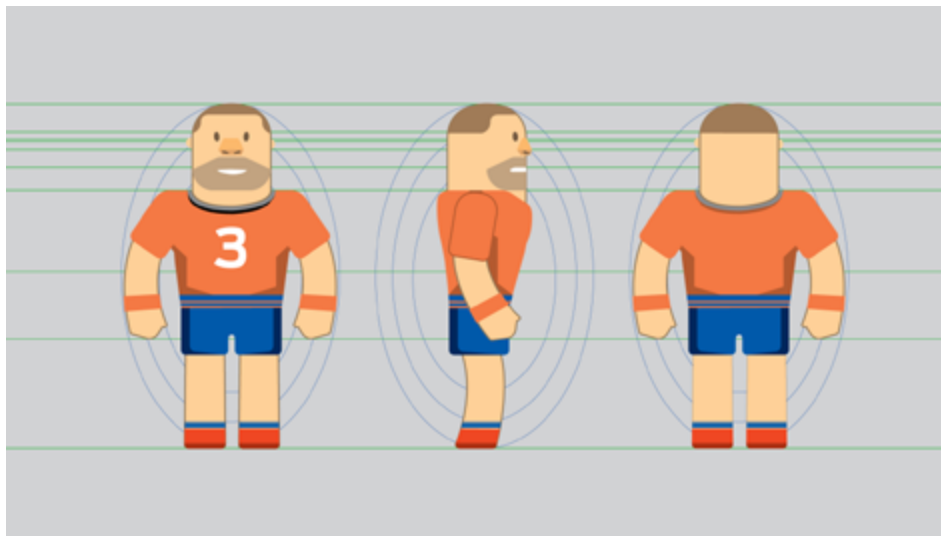


Figura 93. Personaje base. Ilustración: Iván Singo

Para comunicar el mensaje, rugby para todos, se hacen modificaciones a la estructura del cuerpo y añadimos ciertos elementos del rugby. De igual manera se ilustró una versión femenina del personaje, por ser un personaje secundario para la animación se necesita solo su vista frontal.

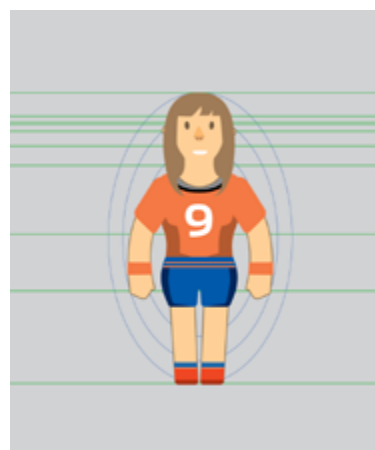


Figura 94. Personaje mujer. Ilustración: Iván Singo

Por lo tanto obtenemos 15 jugadores con su número marcado en la camiseta.



Figura 95. Modificaciones del personaje base.

Storyboard

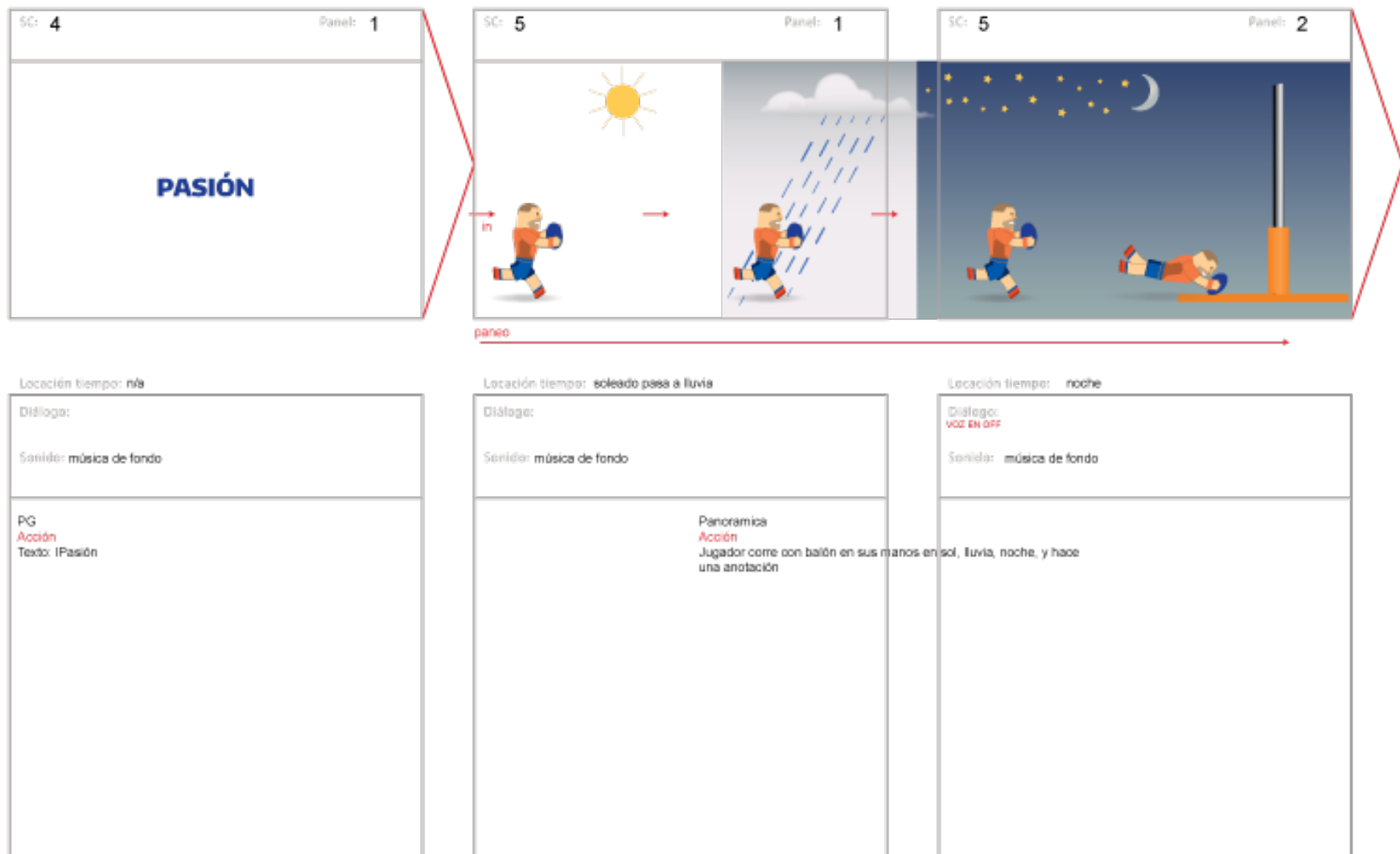
Es el medio por el cual se va definiendo las ideas para recrear en cada escena de un objeto audiovisual, es decir son los primeros esbozos del contenido y su representación gráfica conjunto la secuencia que tendrá toda la información. (Wells, 2010)

Está en la etapa de pre producción, y ayuda a comprobar la narrativa al igual que el estilo de la imagen de la animación. (Wells, 2010)

En nuestro proyecto será necesario recalcar que es el rugby y sus valores, al mismo tiempo un poco de su historia y origen y conjunto las reglas básicas para entender el juego. Sin olvidar que la extensión no deberá ser muy larga para así conservar la concentración de los espectadores.

Con nuestro personaje principal se empieza a recrear los movimientos de cada regla como por ejemplo patear y taclear.

El formato para el *storyboard* es creado en base a un modelo estándar, en el cuál se incluye la escena, la toma, el diálogo, la acción y los movimientos de cámara. (Cámara, 2006)


 Figura 96. Extracto del *storyboard* de animación 1 (*Storyboard* completo en anexo 7)

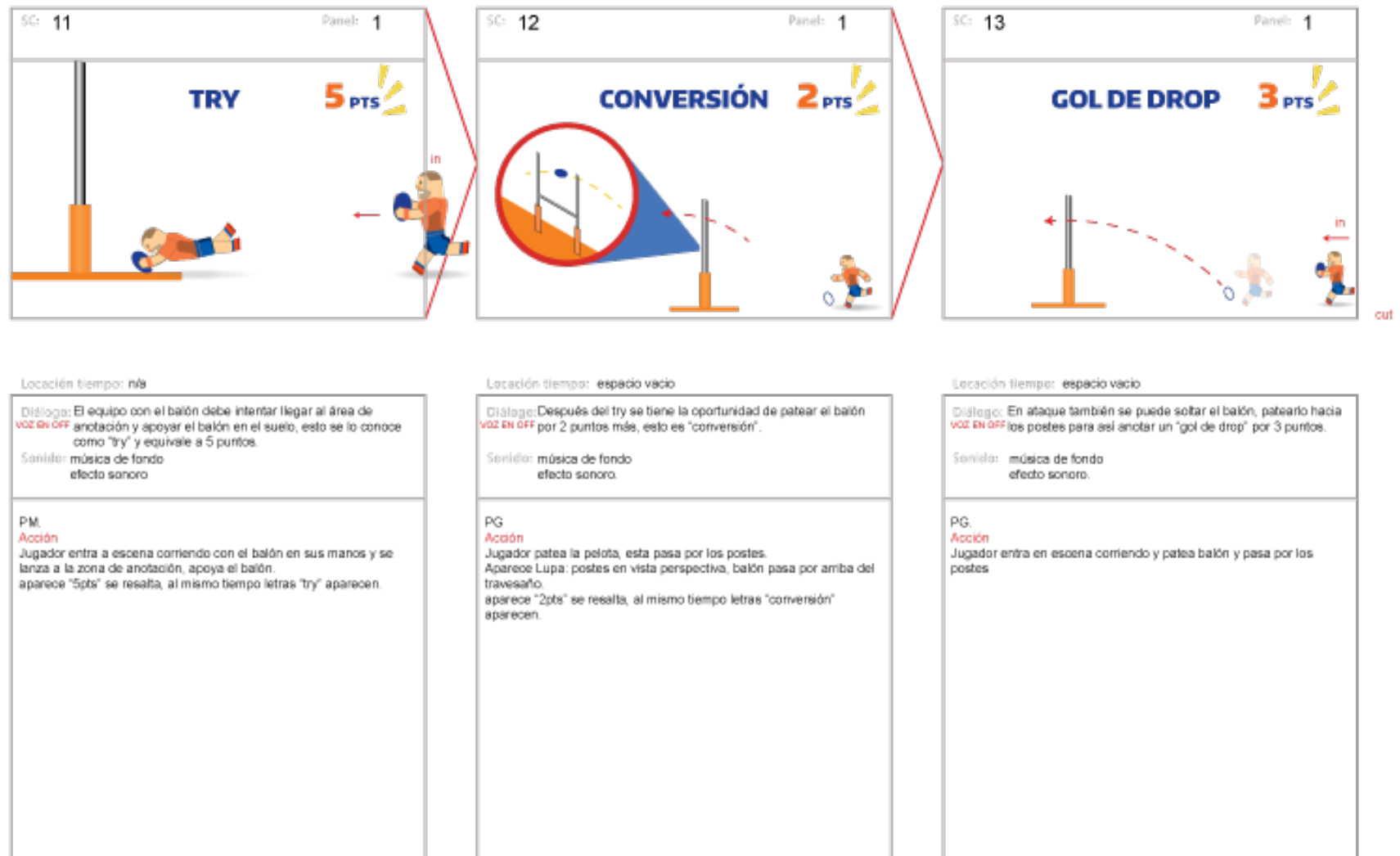
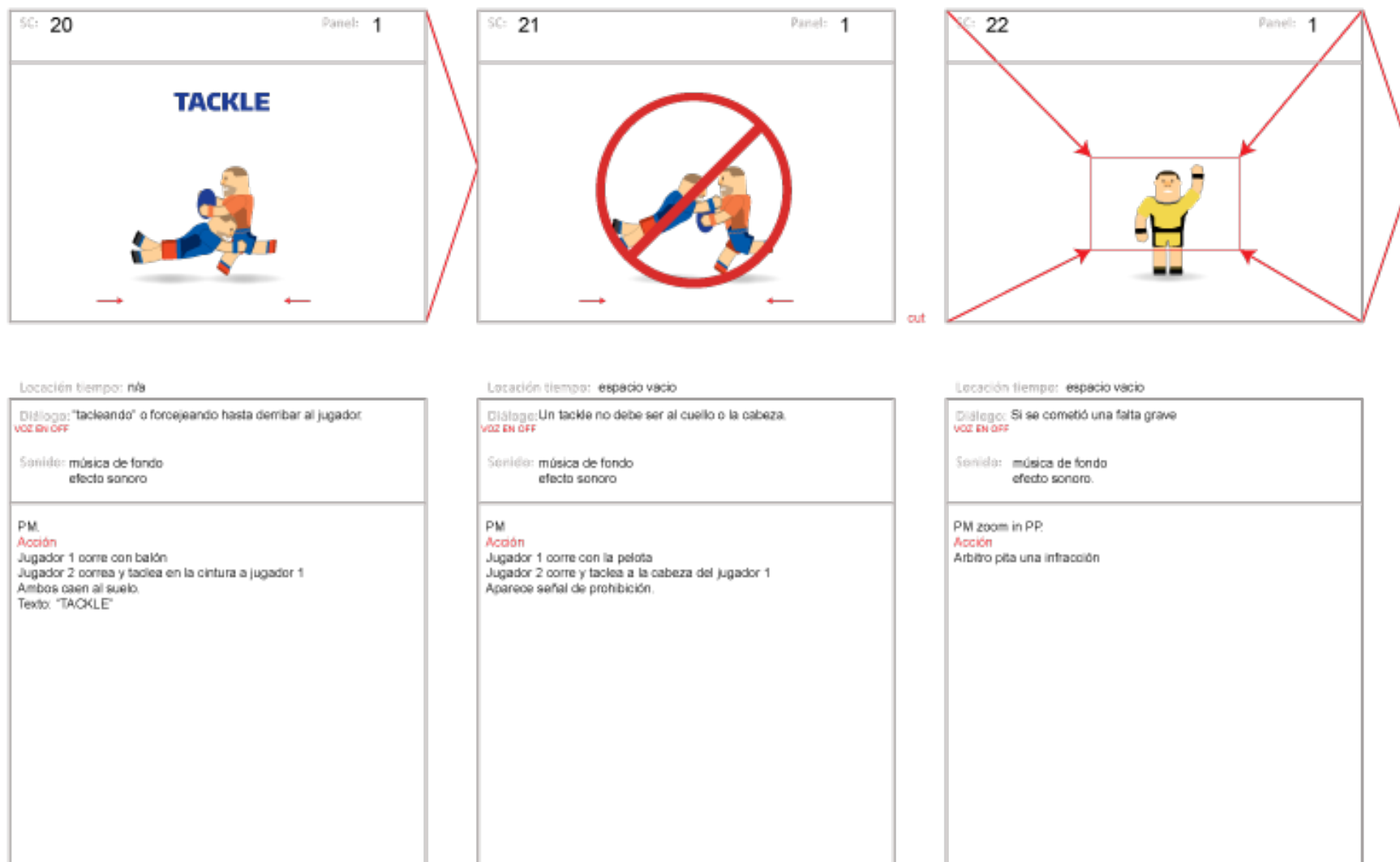


Figura 97. Extracto del storyboard de animación 2 (Storyboard completo en anexo 7)


 Figura 98. Extracto del *storyboard* de animación 2 (*Storyboard* completo en anexo 7)

Animatic

Es la secuencia animada de las imágenes creadas en el *storyboard*. Esto nos permite verificar los tiempos de duración de cada escena. También nos ayuda a sincronizar los dibujos con la música de fondo. (Wells, 2010)

Esto representa la parte final de la pre producción. Si todo está verificado, se procede a la animación definitiva. (Wells, 2010)

Se pone las escenas del *storyboard* en movimiento y se obtiene un tiempo de 45 segundos para el vídeo 1, que habla sobre los valores del deporte. El segundo vídeo es acerca de las reglas y forma de juego del rugby tiene una duración de 120 segundos

Se piensa en usar "Voz en Off" para relatar parte del guión y así transmitir la información de las reglas de manera más eficaz, debido a su complejidad.

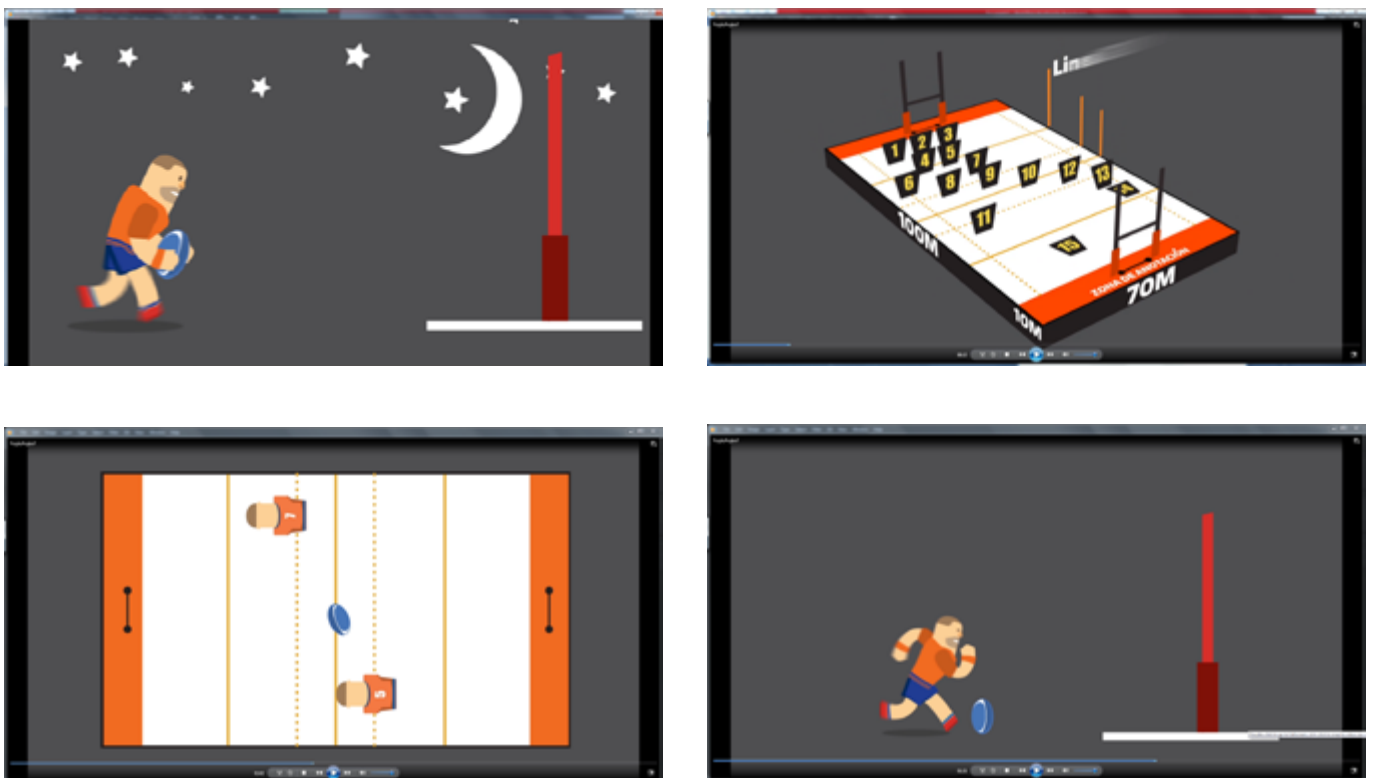


Figura 99. Extracto del animatic.

2.2.6. Packaging

A pesar de estar en inglés, engloba lo que en castellano es "envase" y "embalaje". Considerando que el primero suele referirse al contenedor comercial de un producto, mientras el segundo es para su transporte. (Stewart, 2007)

Su función más elemental, justamente es para contener, proteger y publicitar productos. Por tanto en el diseño se debe considerar los aspectos técnicos sin olvidar las carencias, deseos y necesidades de la sociedad, en especial de su cliente final. (Stewart, 2007)

Por lo tanto se puede decir que el packaging es *branding*, ya que representa a la marca pero el usuario final lo ve como parte del producto que él adquiere y es lo que desarrolla la confianza y la fidelidad hacia el objeto. (Ambrose, 2011)

Gracias a la aparición del marketing el packaging se volvió en un elemento importante de los productos. Con el tiempo se volvió una parte importante para las marcas, fue una forma de publicidad. Ahora tiene una influencia sobre el consumidor gracias a su interacción con el cliente y su cultura. (Capsule, 2009)

Incluso en ciertos libros se dice que el Packaging se convierte en la quinta "P" dentro del marketing mix. O dentro de la cuatro "C" que es la versión de Lauterbon ante la propuesta de las tradicionales "P". Con esto el packaging cumple con la función de ser la cara del producto hacia el consumidor. (Ambrose, 2011)

Para diseñar un buen empaque es necesario definir el público y el sector al cual va a ser dirigido. Con esto podemos pasar de un simple contenedor a un objeto que comunique y transmita parte del mensaje de la marca.

En este caso el diseño de packaging deberá cumplir con la función principal de contener a los elementos y a la vez ser uno más. Para permitir la diferenciación del Kit de entre cualquier objeto similar ya sea del mismo deporte o de otras disciplinas, éste contenedor llevará el signo identificador del Kit.

Para este caso nos guiaremos en ciertos puntos del proceso de diseño planteado en el libro Packaging de la forma de Ambrose y Harris. (2011).



Figura 100. Proceso de diseño, Fuente: Ambrose y Harris, 2011

Necesidad

Definimos que la necesidad principal es un contenedor para transportar de manera conjunta los elementos del Kit como son el balón, las guías y un medio digital que reproduzca el contenido audiovisual.

Investigación

El público objetivo ya está definido al igual que los objetivos del proyecto pero se busca referentes en el Internet de soluciones similares, en caso de existir.



Figura 101. Referencia de contenedores de balón. Fuente: Internet

Briefing

Realizamos un nuevo Brief solo para el empaque, de igual manera contestamos la 4" W" Parte de esto ya fue respondido en los vectores de la forma del packaging, que constan en la página 64.

¿Quién?

Será usado por entrenadores y expositores, pero las personas que lo visualizarán será el mismo público objetivo juvenil del proyecto entero.

¿Qué?

Un contenedor para transportar los diferentes elementos que son parte del Kit. Tales como: Balón, guía de bolsillo, material audiovisual grabado en una memoria USB, identificadores de la persona, es decir la banda y el pin.

¿Por qué?

Para crear coherencia con el concepto de "Unión" y dar facilidad en el transporte y uso del material del Kit.

¿Donde?

Será visible al momento de la presentación en los colegios, durante su transporte al sitio de exposición. No se encontrará en una estantería o un lugar comercial.

Concepto

Se alinea con el concepto general de todo el proyecto que es **Unión**.

- La unión de los jugadores, su hermandad.
- La unión para empujar en las formaciones y anotar un punto.
- La unión de varios elementos para comunicar un mensaje.

Basado en la cantidad de elementos a ser empacados, se definirá posibles formas.

Desarrollo

Se realizan bocetos de posibles soluciones con diferentes propuestas como se puede observar en los siguientes gráficos.

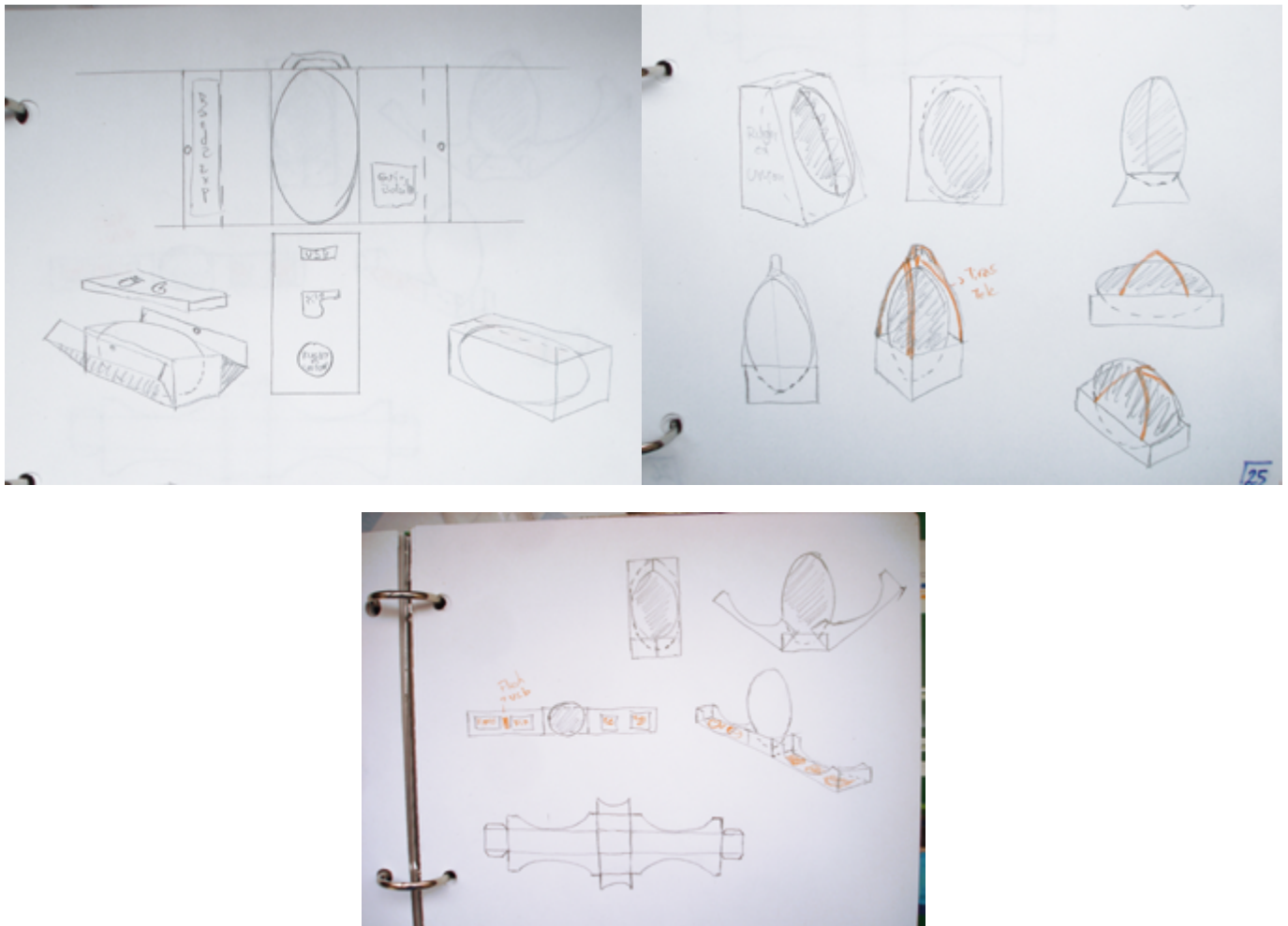


Figura 102. Bocetos para packaging.

Se selecciona 3 opciones y se las realiza en boceto digital, para luego crear una maqueta a escala.

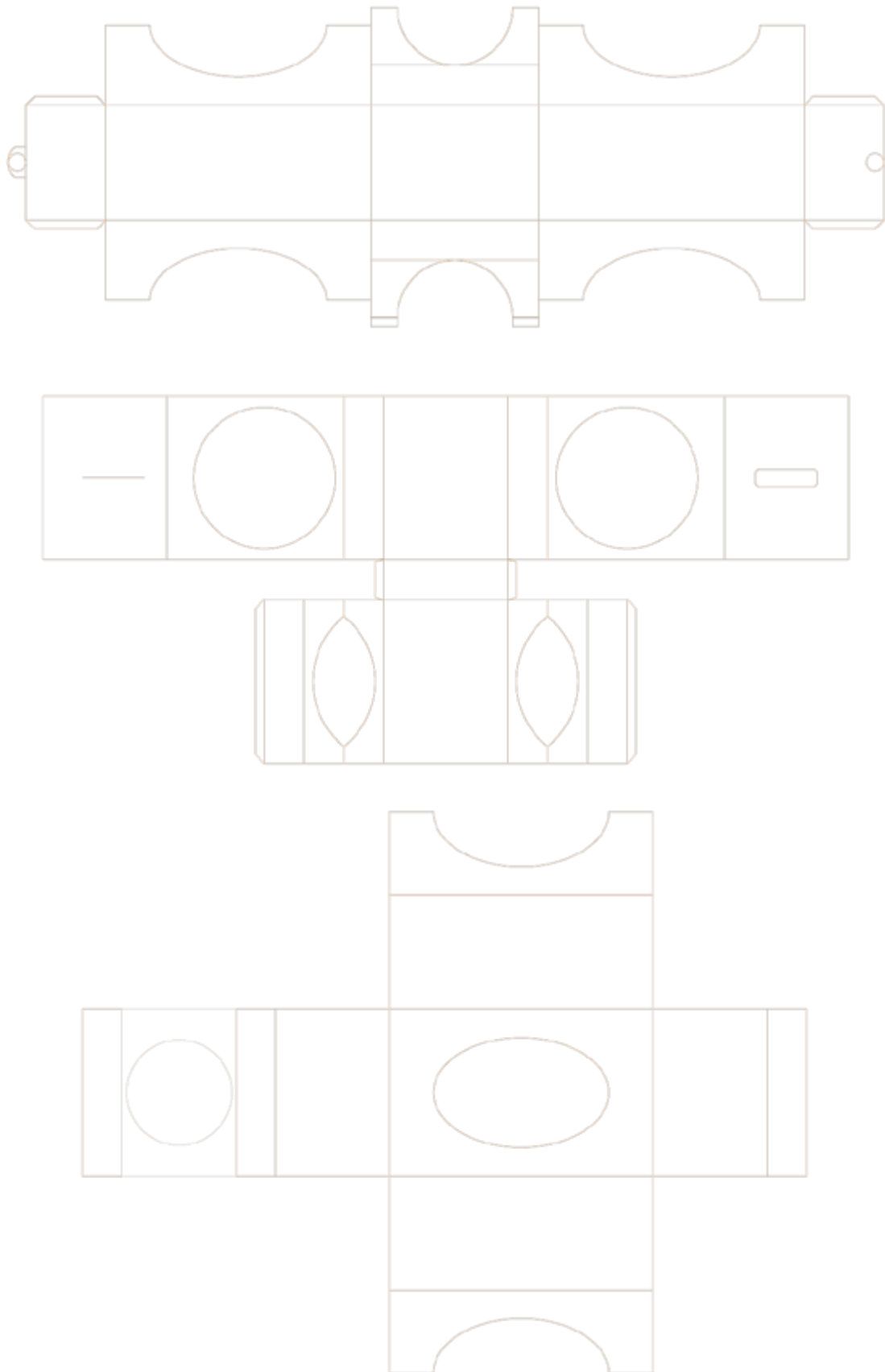


Figura 103. Bocetos digitales para packaging.



Figura 104. Maqueta de opción 1 para packaging.



Figura 105. Maqueta de opción 2 para packaging.



Figura 106. Maqueta de opción 3 para packaging.

Retroalimentación

Se prueba el mecanismo en la maqueta y realiza una calificación en base a la estructura y a la comunicación del concepto en base a la forma.

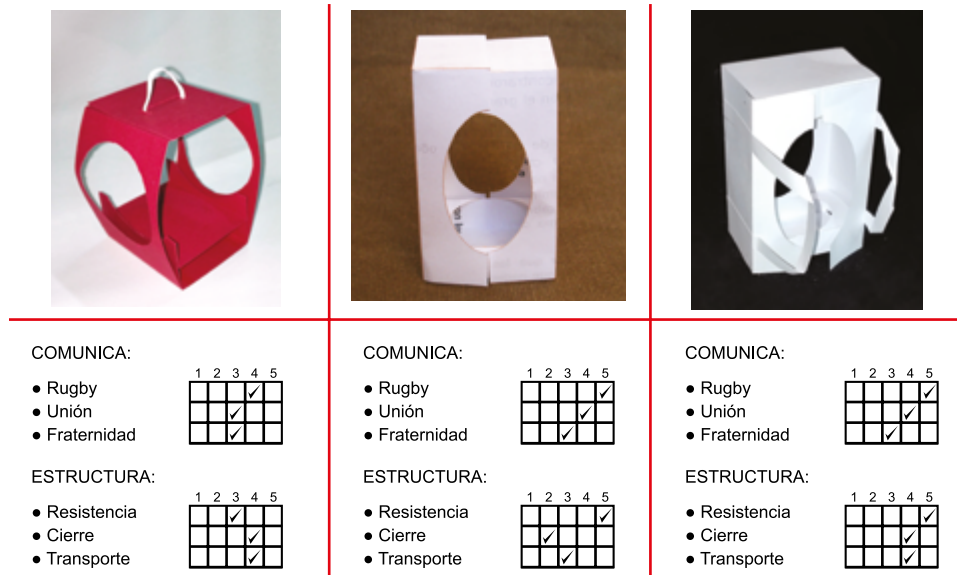


Figura 107. Calificación de maquetas para packaging.

Se decide por la tercera opción por las siguientes razones.

- Mejor estructura
- Facilidad de cierre
- Buena comunicación del concepto y atributos.

En el proceso se toma la decisión de crear un compartimiento en la parte inferior para así tener un espacio organizado donde guardar los elementos como la guía de bolsillo, el pin, la USB y la banda de identificación para el expositor.

Por lo tanto se decide probar a escala real esta opción, en un material como es el cartón corrugado, puesto que es muy versátil y resistente.



Figura 108. Maqueta a escala real de la opción 3 para packaging.

Para su transporte se piensa en usar cordón tejido a manera de un zapato deportivo. La forma de ser transportado es en base de un modelo de maleta deportiva, es decir con los cordones en sus paredes laterales.



Figura 109. Referencia de maleta deportiva. Fuente: Liverpool.com.mx, 2016



Figura 110. Detalle de cocido del cordón en maqueta.

Para el sistema de cierre se piensa en una alternativa que permita fácil apertura y al mismo tiempo resistencia para mantenerse cerrado. Se probó con cinta magnética, pero no funcionó de manera adecuada a causa de la tensión generada por el cartón. La siguiente opción fue el velcro, puesto que ya se la usó en la banda de brazo para el expositor. Este mecanismo de cierre funcionó de mejor manera, por lo tanto queda definido para el prototipo final.



Figura 111. Detalle de mecanismo de cierre en maqueta.

Desarrollo 2

Con la estructura definida se procede a crear la parte visual. Es decir se viste al empaque para comunicar nuestro Kit. Se debe alinear con la imagen ya establecida en el resto de elementos para así generar coherencia visual y reforzar la identidad del Kit.

Por tal razón se decide usar la versión del identificador con su eslogan, en las paredes laterales puesto que será donde tenga mayor visibilidad en el momento de ser transportado.

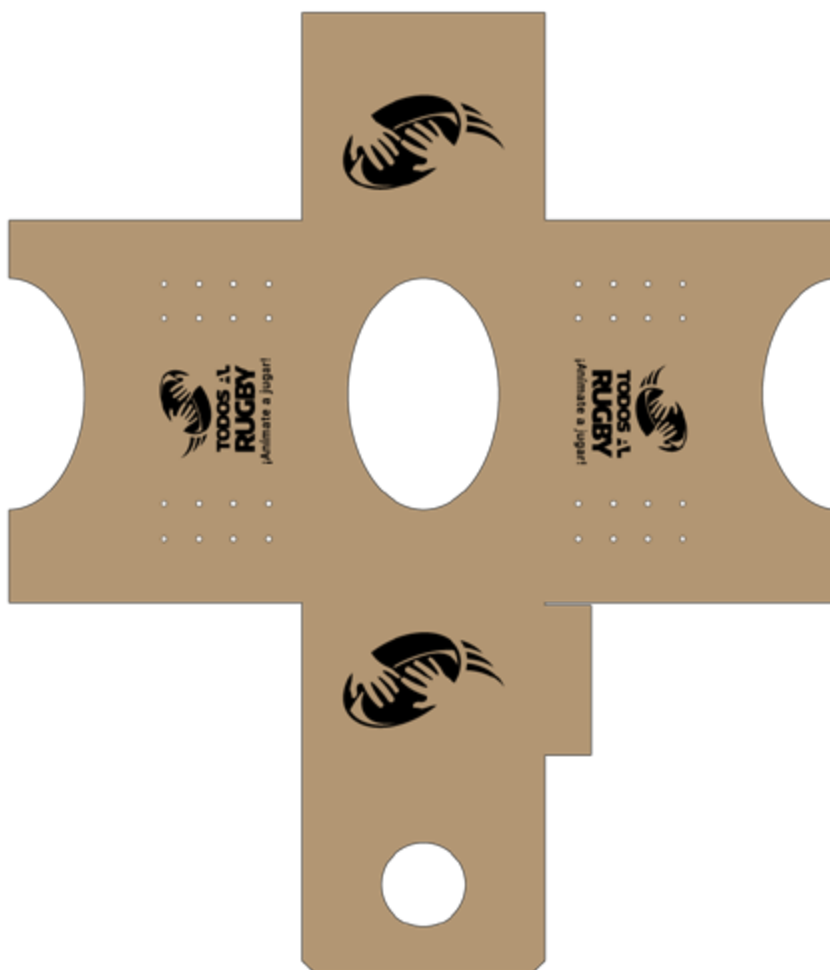


Figura 112. Aplicación del identificador en packaging

Producción

Aquí se vuelve real todo lo anterior, construimos un prototipo en escala real y terminada. Esto nos permite comprobar su funcionalidad.

Por lo tanto la versión construida en el material definitivo se la puede observar en la página 136.

2.3. VALIDACIÓN INICIAL DE LA GRÁFICA

En nuestra metodología nos encontramos al final de la segunda etapa de ideación. Sigue siendo parte de la sección de diseñar, puesto que aquí obtenemos retroalimentación sobre nuestros productos desarrollados para luego pasar a la fase final de prototipos. En caso de suceder un cambio, se corrige el diseño.

2.3.1. Impacto visual y comunicación efectiva del rugby

Para este punto del proyecto procedemos a realizar un cuestionario o una lista de chequeo que según Frascara (2012) el diseñador debe tener en cuenta para todo proyecto, considerando que se puede extender las preguntas de acuerdo a cada caso de estudio. Las preguntas generales que él sugiera son:

- **Ajuste al contenido** (¿Hay una buena relación entre el tema y su presentación visual?)

Mediante el brief y la generación del concepto se logra una buena conexión de la presentación visual con la temática, en este caso del rugby.

Se generó la propuesta en base de elementos clave del deporte, de sus formaciones más representativas como son los pases, el *scrum* y el uso de las manos. También de la fuerza y movimiento. Respetando siempre los cinco valores de su filosofía.

- **Ajuste al contexto** (¿Es apropiado el lenguaje visual para la gente a la que se dirige y para la situación en que el mensaje va a operar?)

A través de la iconicidad y por medio de los grafismos utilizados se logra que el lenguaje usado se mantenga lo más claro y sencillo, a pesar de incluir reglas técnicas del juego. Esto se refuerza gracias a la redundancia del tipo de información manejada en todos los elementos del Kit, como dice Frascara (2006) la insistencia permite que un mensaje sea memorizado y obtenga mayor importancia. Durante la etapa de diseño siempre se tuvo presente que nuestro público objetivo es juvenil.

- **Calidad de concepto** (¿Hay una idea visual o se trata de solo una diagramación?)

Se desarrolló toda la propuesta en base de un concepto que está muy ligado al tema y ámbito en el cual se desenvuelve el proyecto.

El concepto es: Unión.

Este concepto se ve reflejado en el signo identificador. En el símbolo esta presente puesto que la forma de manos se percibe como un gesto de unidad. Lo mismo con el uso de toque en la tipografía del logotipo.

En la guía de bolsillo el hecho que sea un formato plegable ayuda a mantener de forma sutil la idea de unión.

Lo mismo sucede con los grafismos usados que encierran y reúnen la información, esto aplica para el resto de objetos diseñados. Por ejemplo el empaque basa su mecanismo y forma en la unión de sus elementos, el hecho que las "puertas" se unen con el cuerpo para así permanecer cerradas.

- **Calidad de la forma (¿Hay una buena organización perceptual?)**

Si, se mantiene una forma referente al deporte y al concepto generado en el TFC.

Aquí se hace uso de la percepción visual para definir la forma de los elementos. Mediante el uso de los espacios negativos y positivos que se usan en el signo identificador al igual que la forma del empaque.

Esto gracias a la ley del cierre que permite que el cerebro complete una imagen y perciba un todo, aportando sencillez y estabilidad al elemento visual. De igual manera la ley de proximidad, se aplica puesto que permite asociar a varios elementos como semejantes, de acuerdo a sus configuraciones similares. (Villafañé, 2006).

Para las líneas de avance del símbolo del identificador se usó la gradación de formas lo cual ayuda al movimiento visual de una figura. (Wong, 2014)

Se mantiene el equilibrio usando la alineación por área de ciertos elementos.

- **Legibilidad/visibilidad (¿Se pueden distinguir bien las letras o las imágenes?)**

Se buscó mantener la legibilidad de los textos lo más alta posible de acuerdo a los formatos seleccionados. Lo mismo sucede con las ilustraciones e imágenes. Debido a que nuestro objetivo es el de informar sobre el rugby.

- **Calidad del medio usado (¿Es el medio elegido adecuado al objetivo del proyecto? ¿Se han usado bien las posibilidades del medio? ¿Se han usado bien las tecnologías y los materiales?)**

Los medios fueron seleccionados para llegar de la forma más directa a nuestro usuario, usando para eso los medios tecnológicos a disposición. Considerando los usos y espacios donde van a ser utilizados.

2.3.2. Parámetros de alto rendimiento

Como complemento a esta validación inicial, se realiza una confrontación del identificador con los 14 parámetros de alto rendimiento propuestos por Cháves y Belluccia (2006) los cuales sirven para medir la efectividad de un signo identificador.

"Parámetros de alto rendimiento"		
	¿Los signos y su combinación poseen alta calidad tipográfica, iconográfica y cromática, o sea, satisfacen un alto nivel de armonía estética y unidad estilística y son reconocibles como expresión inequívoca de la cultura gráfica de alguna de sus manifestaciones?	... o son dibujos arbitrarios, efímeros, descartables que desaparecerán sin pena ni gloria?
1. Calidad gráfica genérica: (selección de lenguajes adecuados e interpretación de códigos según cada caso segmentado).	✓	
	¿El tipo de signo (isotipo, logotipo, monograma, alegoría, etc.) cumple satisfactoriamente su función identificadora?	... o se aleja de las necesidades del caso concreto y lo inscriben en modelos ajenos a su identidad?
2. Ajuste tipológico: (cada tipo de signo tiene sus posibilidades y limitaciones que determinan su adecuación a cada caso particular).	✓ La decisión de usar un símbolo junto con un logotipo, responde al público objetivo del proyecto. Nos ayuda a comunicar los atributos definidos en nuestro PIC.	
	¿El estilo formal del signo inscribe a la entidad en su paradigma institucional y expresa su propio talante?	... o la desidentifican al asociarla a lenguajes ajenos a su perfil y a su estrategia de identidad?
3. Corrección estilística: (inscribe al signo en un contexto referencial, describe su personalidad y representa el concepto de la empresa).	✓ El estilo seleccionado genera una lectura clara de la temática a la cual pertenece nuestro proyecto. La sustracción de formas para crear unión y completar una imagen referente al rugby.	
	¿La alusiones explícitas del signo resultan adecuadas a la identidad de su usuario?	... o se alejan de esta, la contradicen o la distorsionan?
4. Compatibilidad semántica: (se verifica en la correcta ubicación de los signos: motivación, arbitrariedad y abstracción-figuración).	✓ La generación del símbolo es a partir de un requerimiento en el cual se debía ser reiterativo en la palabra y acción del rugby.	
	¿Los signos identificadores son los necesarios y nada más que los necesarios para cubrir todas las necesidades de identificación del caso?	... o existen carencias que impiden o excesos que obstaculizan una clara identificación?
5. Suficiencia: (los signos son suficientes para cubrir necesidades y nada sobra. Son los elementos necesarios y nada mas para satisfacer todos los usos identificatorios).	✓ Los elementos responden al concepto principal y los atributos del PIC. No hay elementos extras que sean solo adorno visual.	
	¿Los signos se adaptan naturalmente a cualquier nivel de discurso de la entidad, integrándose como propios de cada uno?	... o solo son propios de un nivel de discurso y se transcriben a la fuerza para los otros mediante versiones secundarias e imperfectas?
6. Versatilidad: (los signos deben ser diseñados para ser compatibles con todos los discursos confirmando la uniformidad de marca).	✓ El identificador tiene la posibilidad de adaptarse a posibles nuevos nichos, ya sea como organización o algo diferente.	

	¿Los signos parecen contemporáneos, actuales, durante toda la vida previsible y real de la institución ?	... o caducan rápidamente, pasan de moda o envejecen mucho antes que su usuario?
7. Vigencia: (el tiempo de vida del signo depende de la vida útil de los lenguajes con que fue construido o sea de su carácter acotado o universal).	✓ El identificador fue pensado para que tenga una duración en el tiempo, pero esto sólo se lo podrá saber justamente al pasar los años.	
	¿Los signos resisten todo tipo de soporte material propio del caso?	... o presentan aplicaciones o versiones imperfectas o imposibles?
8. Reproducibilidad: (los signos deberán ser reproducidos con las condiciones óptimas y de calidad sobre los soportes materiales pertinentes a la marca).	✓ Se lo usa en medio impresos y digitales, sin alterar su legibilidad o interferir con el mensaje que debe transmitir.	
	¿Los signos poseen suficiente claridad y contraste que facilitan su lectura en condiciones de tamaño, distancia, iluminación, y movimiento?	... o ante el menor obstáculo dejan de ser legibles?
9. legibilidad: (es el grado de reconocibilidad visual de los rasgos esenciales del signo).	✓	
	¿El sentido intencionado de los signos es fácilmente interpretable, o sea, se cumple con éxito su misión comunicativa ?	... o se presta a equívocos que la frustran?
10. Inteligibilidad: (capacidad de un signo para ser comprendido en condiciones normales de lectura).	✓	
	¿Los signos poseen una cohesión y síntesis formales tales que garanticen su recordabilidad y rápido reconocimiento?	... o por su complejidad o baja definición resultan morfológicamente ambiguos y de baja retención?
11. Pugnancia: (capacidad que tiene la forma del signo para ser recordada, memoria gráfica).	✓ Gracias al proceso usado, se tiene una buena probabilidad de ser recordado. El símbolo cumple con la misma condición por su estructura visual.	
	¿Los signos llaman la atención lo suficiente para no pasar desapercibidos en la estricta medida necesaria ?	... o resultan demasiado tenues o demasiado estentóreos para las necesidades del caso?
12. Vocatividad: (capacidad del signo para llamar la atención, dinamismo, expresividad, protagonismo).	✓	
	¿Los signos satisfacen el grado de diferenciación necesario al caso respecto del contexto institucional específico y general?	... o se pierden en el conjunto como unos más, o se confunden demasiado con algunos de los existentes?
13. Singularidad: (asignación de un elemento que individualice al sujeto, distinción de los demás).	✓ Tiene un grado de singularidad medio, puesto que debe hablar del deporte en general y no sólo del programa como una organización. Por lo tanto comparte similitud con el ámbito pero se diferencia lo suficiente para no pasar desapercibido.	
	¿Los signos presentan elementos gráficos (tipográficos, cromáticos, textuales, icónicos) que faciliten la codificación análoga de otros mensajes?	... o constituyen signos absolutamente aislados que impiden toda posible declinación y creación del sistema?
14. Declinabilidad: (o clonabilidad, que el signo pueda ser reproducido y seriado).	✓ Se forma una conexión entre los diversos elementos y así se siente parte de un todo. Esto genera pertenencia.	

Figura 113. Confrontación de los 14 parámetros de alto rendimiento con el identificador.

CONCLUSIÓN DEL CAPÍTULO II

La información obtenida en la primera fase de investigación, nos ayudó a crear un *brief* preciso, y esto nos permitió plantear una propuesta adecuada para la solución de nuestro problema central.

Los métodos sugeridos por el *Design Thinking*, como la lluvia de ideas, mapas mentales y matriz de ideas, resultaron muy útiles para explorar las soluciones más creativas pero a la vez obtener también las más factibles de acuerdo a nuestros requisitos.

El usar un concepto base para toda la propuesta ayudó a generar elementos que tengan coherencia visual y relación profunda con la temática, en nuestro caso el rugby para jóvenes.

Este concepto generó la base del proyecto el cual fue el diseño del signo identificador, que se fundamenta en elementos pertinentes y reconocibles del rugby como el balón, las manos, los pases, la fuerza y el movimiento. A la par se tuvo en cuenta siempre los cinco valores propios de la filosofía del rugby que son: Respeto, Integridad, Pasión, Disciplina y Solidaridad.

El hecho de unir todos estos elementos en un solo packaging contenedor reforzó nuestra propuesta de ser un Kit fácil de llevar y que se pueda usar varias veces en diferentes instituciones educativas.

Por lo tanto se concluye que se cumplió con el segundo objetivo del presente proyecto, el cual es proponer y diseñar los elementos visuales que forman parte del Kit.

Su validación será puesta a prueba en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO 3

3.1. PRESENTACIÓN DEL PROTOTIPO

Es la última fase de nuestra metodología en la cual se desarrolla y presenta los prototipos finales y se los somete a una validación, ya sea con un experto en el campo o con un grupo focal de usuarios.

3.1.1 Signo identificador



Figura 114. Propuesta final. Signo identificador a color del proyecto



Figura 115. Propuesta final. Signo identificador con eslogan a color

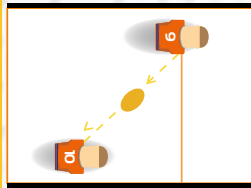
El manual de identidad del signo se encuentra como archivo adjunto al presente documento.

3.1.2 Guía de bolsillo

REGLAS BÁSICAS

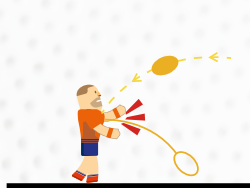
JUEGO DINÁMICO

PASE



Con las manos se lo pasa en línea paralela o hacia atrás del jugador que tiene el balón. Nunca adelante.

KNOCK ON



Si el jugador al momento de recibir el balón, este rebota o se cae hacia adelante, se produce el "knock on" y el mismo jugador no puede recoger el balón.



TODOS AL RUGBY
¡Anímate a jugar!

TRY

5 PTS



Cuando un jugador apoya el balón contra el suelo dentro de la zona de anotación.

DROP GOAL / PENAL

3 PTS



Si el jugador patea el balón mientras está en juego, y este pasa por dentro de los postes. El penal se cobra cuando se marcó una falta.

TACKLE

El tackle es cuando el portador del balón es sujetado por uno o más adversarios y es derribado sobre el suelo, no se puede sujetar al jugador por encima del nivel de las axilas.

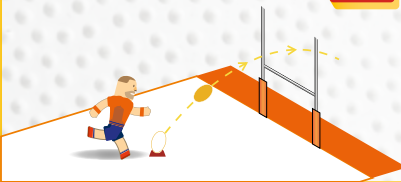


zona de tackle

JUEGO ESTÁTICO

CONVERSION

2 PTS



El jugador patea el balón y debe pasar por medio de los postes, la conversión se produce después de anotar un "Try".

LINE OUT

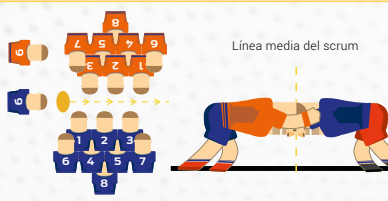


Si el balón sale del área de juego por sus laterales, se cobra un "line out". Se forman dos columnas, una de cada equipo y separadas un metro, el balón es lanzado al medio para ser disputado, un jugador puede ser levantado para ganar altura.

SCRUM

Es una de las formaciones más reconocibles del rugby, es una puja frente a frente, del grupo de "forwards". De cada equipo serán máximo los ocho y mínimo cinco jugadores en tres líneas, que se enfrentan entre sí para comenzar a empujar con el fin de que el "hooker" pueda obtener el balón que ha sido lanzado en medio de ellos, sin tocarlo con las manos. El grupo que haya obtenido el balón, debe sacarlo por detrás de la formación, donde lo tomará un jugador, usualmente es el número 9 y continuará el juego.

• Se debe tener cuidado con la posición de la espalda, para evitar lesiones



Línea media del scrum

Figura 116. Propuesta final. Guía de bolsillo, Retiro

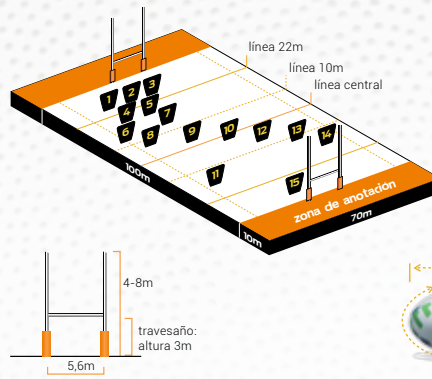
¿QUÉ ES EL RUGBY?

Es un deporte de equipo en el cual se gana territorio usando un balón ovalado. El rugby incluye contacto entre los jugadores, pero basados en la filosofía del juego limpio.

HISTORIA

William Webb Ellis es considerado el creador del rugby puesto que en 1823, en el poblado de Rugby, durante un partido de "fútbol antiguo" el tomó el balón con las manos (lo cual solo era permitido para dejar caer el balón y patearlo después) y avanzó hasta el lado del equipo contrario. Los asistentes que tuvieron gusto de tal acción decidieron implementar más reglas y fueron formando el juego. En la actualidad existe una placa de esta leyenda.

CANCHA



TIEMPO

80 min
40 10 40

15 jugadores - 2 equipos

FORWARDS



Pilares (primera línea)

Son los apoyos del hooker.



Hooker

Asegura el balón en el "scrum". Encargado de los saques.



Segunda línea

Empujan en el "scrum".



Flankers (tercera línea)

Defensores, tercer ala izquierdo y derecho.



Octavo

Último forward, apoyo de los "flankers".

BACKS (3/4)



Medio Scrum

Es el enlace entre "forwards y backs". Dirige a los forwards.



Apertura

Distribuye y organiza el juego.



Wings

Son los más rápidos y ágiles, se ubican en los laterales.



Centros

Jugadores de apoyo, mueven el balón en la "línea".



Full back

Colabora en ataque y es la última defensa.



Árbitro

El juez central es la máxima autoridad, no se discute sus decisiones. Sólo el capitán del equipo puede dirigirse al árbitro.



El rugby puede ser jugado por todos sin importar peso, género, talla o habilidad. Hay un puesto para todos.

TERCER TIEMPO

Dentro de la filosofía del rugby, es el momento en el cual el equipo local organiza e invita a comer o tomar algo al equipo visitante. De esta manera poder disfrutar y entretenerse fuera del campo del juego, como parte del espíritu del juego limpio "fair play" y entender que el equipo oponente no es tu enemigo.

INFORMACIÓN

Mayor información en la "FER" Federación Ecuatoriana de Rugby. O en los equipos locales de cada ciudad.



VALORES

INTEGRIDAD: La integridad es central para la estructura del Rugby y se genera mediante la honestidad y el juego limpio.

PASIÓN: La gente del Rugby tiene un apasionado entusiasmo por el Juego. El Rugby genera entusiasmo, adhesión emocional y sentido de pertenencia a la Familia mundial del Rugby.

SOLIDARIDAD: El Rugby proporciona un espíritu unificado que conduce a amistades que duran toda la vida, camaradería, trabajo en equipo y lealtad, que trascienden las diferencias culturales, geográficas, políticas y religiosas.

DISCIPLINA: La disciplina es una parte integral del Juego tanto dentro como fuera de la cancha y está reflejada en la adhesión a las Leyes, Regulaciones y valores centrales del Rugby.

RESPECTO: El respeto por los compañeros, oponentes, oficiales de partidos y aquellos involucrados en el Juego es esencial.

Figura 117. Propuesta final. Guía de bolsillo, Tiro



Figura 118. Foto de prototipo final. Guía de bolsillo, doblada.

3.1.3 Guía de presentación



Figura 119. Propuesta final. Guía de presentación, portada - contraportada.



Figura 120. Propuesta final. Guía de presentación, instrucciones.

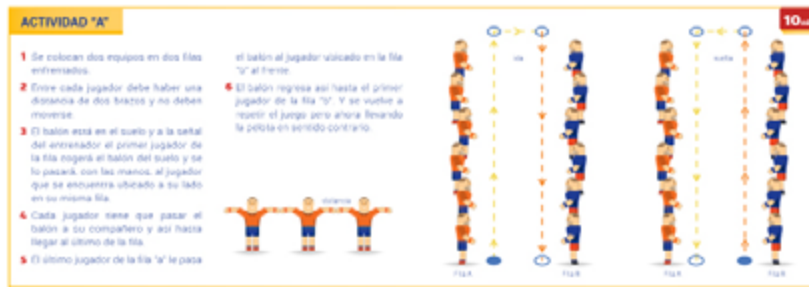


Figura 121. Propuesta final. Guía de presentación, actividad A.

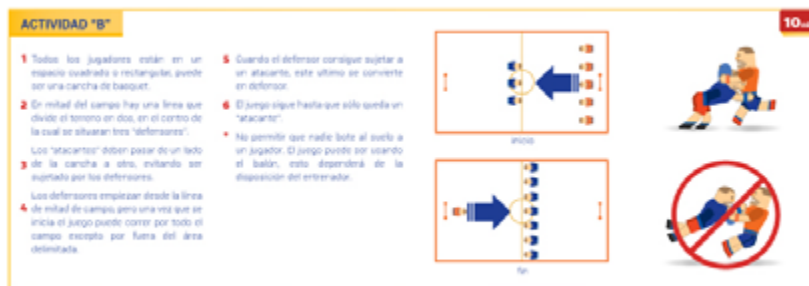


Figura 122. Propuesta final. Guía de presentación, actividad B.



Figura 123. Foto prototipo final. Guía de presentación.

3.1.4 Banda de brazo y Pin para expositor



Figura 124. Foto prototipo final. Banda para brazo.



Figura 125. Foto prototipo final. Pin

3.1.5 Packaging



Figura 126. Foto prototipo final. Packaging cerrado.



Figura 127. Foto prototipo final. Packaging abierto.



Figura 128. Foto detalle. Packaging impresión sobre cartón.



Figura 129. Foto detalle. Packaging memoria USB.

3.1.6 Animaciones

Los vídeos finales de las animaciones pueden ser observados completos en el CD que viene adjunto con este documento.

A continuación se presenta capturas de pantalla de las animaciones.

VALORES DEL RUGBY

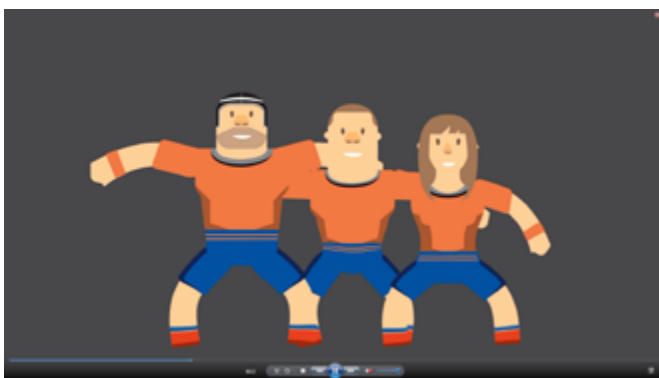
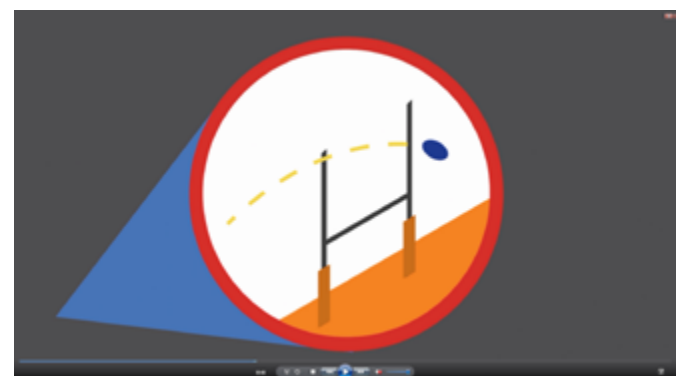


Figura 130. Capturas de pantalla de la animación "Valores del rugby".

REGLAS DEL RUGBY



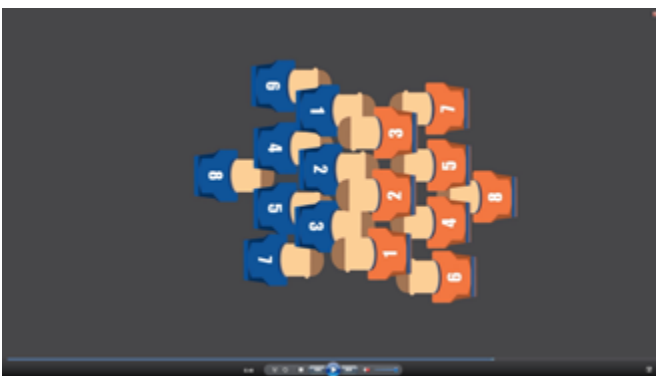
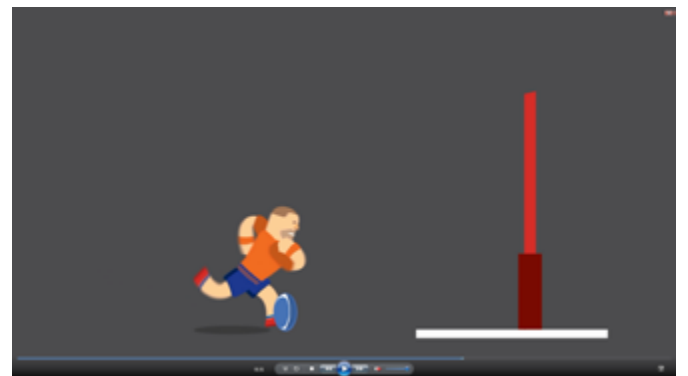
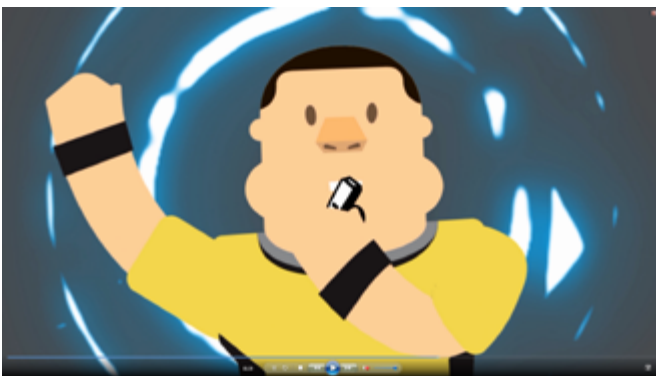


Figura 131. Capturas de pantalla de la animación "Reglas del rugby".

3.2. VALIDACIÓN FINAL

Esta es la última etapa de la metodología, en la cual se valida los productos desarrollados durante el proyecto.

Para la validación se realiza dos presentaciones de los productos. Una a un experto y otra a un grupo de usuarios, es decir chicos de entre 15 y 18 años, para así obtener una calificación de los elementos del Kit y observar su uso. Con esto se espera cumplir los requisitos de diseño establecidos en el brief.

3.2.1. Validación con un experto

Para esta validación se solicita la ayuda del entrenador de rugby Luis Antonio Trujillo. Él es actual encargado de un equipo juvenil, del grupo llamado "Espartanos" de la Academia Borja 3. Al mismo tiempo es el preparador del nuevo equipo de la Escuela Superior de Policía, "Dragones negros".

Para realizar esta validación, se pide una cita con él para realizar la presentación de los prototipos. En ese mismo tiempo realizar una entrevista con preguntas que nos ayude a medir el grado de solución de nuestro problema.

Según Ellen Lupton, (2011) en las entrevistas es posible observar la interacción de las personas con los objetos y los espacios. Al realizar preguntas podemos descubrir respuestas que nos permitan mejorar el diseño.

En la entrevista se pudo observar que el proyecto generó mucho interés y agrado visualmente todos los elementos. Se obtuvo muy pocas observaciones para ser corregidas. Esto se puede observar en las respuestas de Luis Antonio.

Entrevista de validación a Luis Antonio

Preguntas	Respuestas
1) ¿Qué le comunica el signo identificador?	• Unidad.
2) ¿Cree que el signo va acorde con el deporte rugby?	• Si va muy acorde con el rugby.
3) ¿Considera correctos los colores usados en todos los elementos?	• Si son correctos los colores, en especial si van dirigidos a chicos de colegio, porque son llamativos y brillantes.
4) ¿El eslogan le parece que invita a conocer y practicar el rugby?	• Si, esta frase invita a que los chicos participen y jueguen rugby.
5) ¿Las animaciones le parecen que van acorde con el público juvenil?	• Si, bastante acorde para los chicos.
6) ¿Es el contenido de las animaciones adecuado para informar las bases del rugby tanto su juego como su filosofía?	• Yo pienso que sí, porque se entiende fácilmente.
7) ¿El empaque le parece cómodo de usar? ¿Cree que cumple su función de contener las piezas necesarias para el Kit?	• Súper fácil de usar, y cumple bastante bien.
8) ¿El uso de las actividades lúdicas con el balón le parecen correctas para incentivar la práctica del rugby?	• Si, pero teniendo cuidado con el tema de tackle en la actividad "B".
9) ¿Es correcto el diseño de las guías de bolsillo, tanto en su formato como la información que contienen?	• Si, muy correcto.
10) ¿Usaría usted este material para informar sobre el rugby en instituciones educativas de nivel secundario?	• Claro que sí.
11) ¿Cuál sería su recomendación para mejorar este producto?	• En la animación dos, mejorar la primera escena, en vez que salga pateando el balón de fútbol que corra con uno ovalado.

Figura 132. Entrevista realizada al entrenador de rugby Luis Antonio.

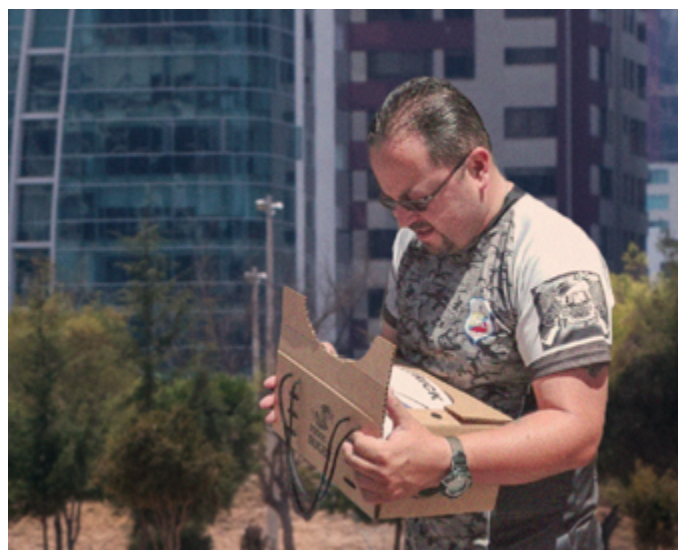


Figura 133. Foto del entrenador de rugby Luis Antonio observando el Packaging del kit.

La observación de la animación fue corregida antes de ser presentada a los chicos de colegio.

3.2.2. Validación con un grupo de usuarios

Para este punto se hizo la gestión en varias instituciones educativas públicas y privadas. Pero solo se obtuvo una respuesta afirmativa en el colegio particular Ecuatoriano Suizo, ubicado en el norte de Quito.

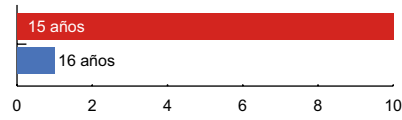
Se lo presentó a un grupo conformado por tres chicos y ocho chicas, quienes son estudiantes del 1º de bachillerato "A", de dicha institución.

Se pudo observar en primer lugar el desconocimiento sobre el deporte, lo cual generó expectativa del producto. Tras finalizar la presentación se realizó una encuesta, la cual tiene resultados muy positivos que se resumen en la figura 133.

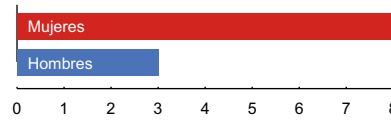


Figura 134. Foto del grupo de chicos y chicas del Colegio Ecuatoriano Suizo interactuando con los elementos del Kit.

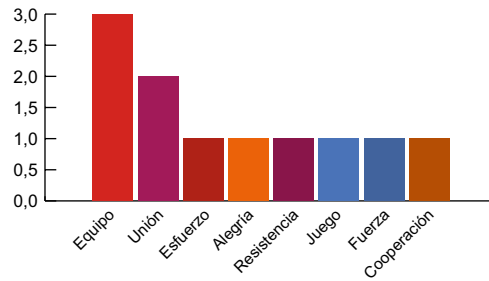
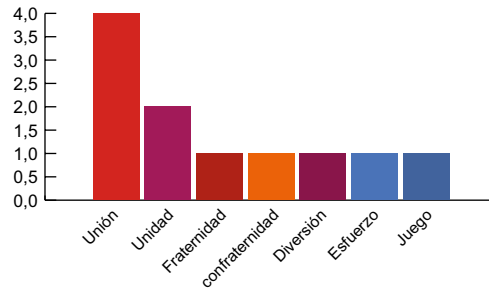
EDAD



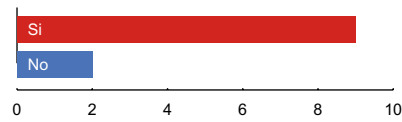
GENERO



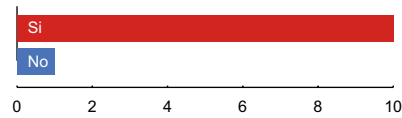
1.- ¿Cuáles son las primeras palabras que se te vienen a la mente al ver el logo?



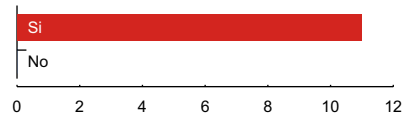
2.- ¿Te sientes identificado con los colores usados en el proyecto?



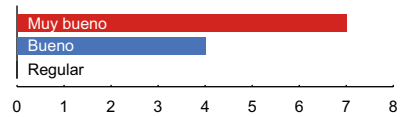
3.- ¿El tamaño de la guía de bolsillo te parece cómodo?



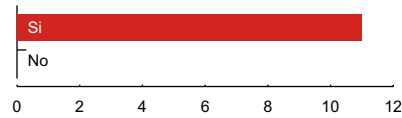
4.- ¿Piensas que las imagenes representan el contenido?



5.- ¿Como calificarías las animaciones?



6.- ¿Te parecen entretenidas las actividades realizadas con el balón de rugby?



7.- ¿Crees que los elementos de la propuesta son atractivos y brindan información clara sobre el deporte rugby?

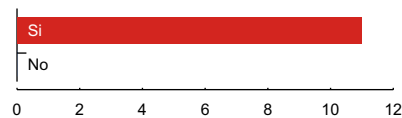


Figura 135. Resultados de encuesta de validación.

Al observar las respuestas de la encuesta, podemos notar que la palabra unión, unidad o sus sinónimos se repiten varias veces. Esto nos da la pauta que nuestro concepto de diseño, que es Unión, se ve reflejado en los productos del Kit. Se pudo observar también que los chicos se divirtieron y tuvieron un momento de entretenimiento al realizar las actividades lúdicas con la pelota. Por lo tanto se demuestra que son pertinentes para lograr atraer la atención de los jóvenes.

De igual manera sucede con las respuestas obtenidas por parte del entrenador de rugby, Luis Antonio. Donde se observa que los materiales del kit le parecen de uso sencillo y de gran utilidad para realizar exposiciones en los colegios.

Viendo los resultados obtenidos se puede decir que la propuesta queda validada por un grupo de usuarios y un experto en el ámbito del rugby. Cumpliendo de esta manera con los objetivos del *brief*.

3.3. ASPECTOS TÉCNICOS DEL PROYECTO

3.3.1. Materiales

Se manejó los mejores materiales acorde a cada objeto, pensando cada uso y la duración que deben tener y las características de cada uno.

Guías de Bolsillo

- **Couché.** Se seleccionó este material puesto que ayuda a una presentación nítida de las impresiones. Por ser un papel estucado permite gran definición en fotografías e ilustraciones. Para los folletos el gramaje va desde los 130gr hasta los 200gr. Para nuestros prototipos se uso couché brillante de 150gr. (Publicamos, 2011)

Guías de Presentación

- **Couché.** En esta guía se seleccionó el mismo gramaje, con la diferencia que las páginas van grapadas. La guía no contiene mucho dobleces. Para nuestros prototipos se uso couché brillante de 150gr.

Packaging

- **Cartón Corrugado.** Es un material que tiene un gran rendimiento y por su variedad de grosores aporta para diversas aplicaciones. Al ser construido con papel, es muy fácil de reciclar y reusar, siendo así una opción amigable con el ambiente. (Ambrose & Harris, 2011)

Para nuestro empaque se usó el cartón con espesor de 4mm para el contenedor más grande, y el mismo cartón para

recubrir la memoria USB. En cambio se seleccionó la versión de micro corrugado de 1mm para la construcción del cajón interno y sus divisiones.

Medio audiovisual

- **MP4 H.264.** Es de los formatos de vídeo más usados en la actualidad puesto que permite gran definición y es admitido por la mayoría de dispositivos como computadoras, celulares, *tablets*, páginas web incluso televisiones “*smart*”. (norfipc, n.d).

Por lo tanto nuestras animaciones son exportadas en este formato usando la resolución HD 1920x1080px para obtener la mejor calidad de vídeo y sonido, sin comprometer la reproducción en los diferentes equipos de computación de las instituciones educativas.

3.3.2. Técnicas de fabricación

Guía de Bolsillo y de presentación

- **Impresión Digital Láser** Es el proceso en el cual se imprime directamente al papel por medio de un tóner. Esta clase de impresión sirve para volúmenes de bajo tiraje y con tiempos cortos de entrega. (Disgraf, 2016).

Por este motivo se lo selecciona como el más adecuado para nuestras guías de bolsillo, puesto que el Kit, está planteado para grupos cortos de estudiantes. Y la guía de presentación solo se necesita una por Kit, o máximo dos para tener un respaldo.

Banda para el brazo

- **Sublimación** Es un proceso en el cual por medio de calor se transfiere la tinta a un textil. Este proceso permite gran definición y una aproximación muy cercana al color en pantalla. Por este motivo se lo usó para confeccionar nuestra banda de brazo para el expositor, puesto que se acerca al tono real del color de nuestro Kit. En este caso se imprime el color sobre tela blanca. El logotipo queda sin color, para así obtener una excelente lectura del mismo. (Sublimación textil, 2016)

Packaging

- **Corte Láser.** Es un proceso que usa un láser para realizar cortes de precisión y de gran calidad. El calor y la presión realizan el corte y un chorro con gas va removiendo los residuos para obtener bordes y superficies sin errores o

huellas obteniendo un resultado muy estético. (Amada, 2013)

- **Impresión plana híbrida de inyección de tinta.** Este tipo de impresión a presión permite el uso de CMYK y tinta blanca sobre sustratos de gran variedad y porosidad como cartón, cerámica, *foam*, etc. Al ser un proceso por presión se obtiene gran definición en los detalles. (Roland DGA, 2015)

Este proceso nos permitió obtener gran calidad en nuestro empaque y mejora la presentación del prototipo a comparación de otras opciones como el vinilo de corte. Con este proceso de impresión se mantiene la textura propia del material.

3.3.3. Detalles constructivos

Los detalles para producir los elementos del Kit se los ubica a continuación. Contiene planos técnicos para la elaboración del empaque y la organización de los artes para ser impresos y reproducidos.

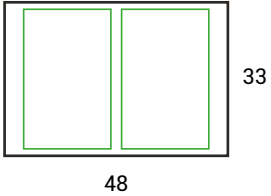
Detalle para impresión	
Soporte: Couché Mega A3 de 150gr.	Armado en Soporte:  <p>El diagrama muestra un empaque de bolsillo con una forma rectangular que se dobla en el centro. Las dimensiones indicadas son 48 cm de ancho y 33 cm de alto.</p>
Formato final abierto: 18,75 x 30 cm	
Formato final cerrado: 6,25 x 10 cm	
Color: CMYK, full color	
Tiro: Si.	
Retiro: Si	
Acabados: Corte y doblado	

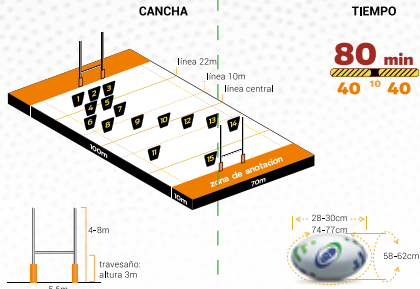
Figura 136. Detalle para impresión de guía de bolsillo.

¿QUÉ ES EL RUGBY?

Es un deporte de equipo en el cual se gana territorio usando un balón ovalado. El rugby incluye contacto entre los jugadores, pero basados en la filosofía del juego limpio.

HISTORIA

William Webb Ellis es considerado el creador del rugby puesto que en 1823, en el poblado de Rugby, durante un partido de "fútbol antiguo" el tomó el balón con las manos (lo cual solo era permitido para dejar caer el balón y patearlo después) y avanzó hasta el lado del equipo contrario. Los asistentes que tuvieron gusto de tal acción decidieron implementar más reglas y fueron formando el juego. En la actualidad existe una placa de esta leyenda.

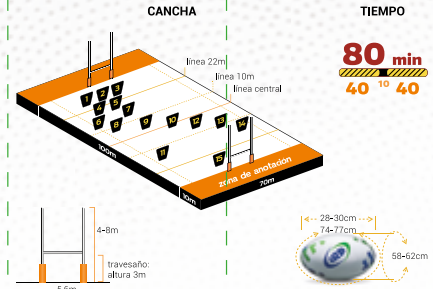


¿QUÉ ES EL RUGBY?

Es un deporte de equipo en el cual se gana territorio usando un balón ovalado. El rugby incluye contacto entre los jugadores, pero basados en la filosofía del juego limpio.

HISTORIA

William Webb Ellis es considerado el creador del rugby puesto que en 1823, en el poblado de Rugby, durante un partido de "fútbol antiguo" el tomó el balón con las manos (lo cual solo era permitido para dejar caer el balón y patearlo después) y avanzó hasta el lado del equipo contrario. Los asistentes que tuvieron gusto de tal acción decidieron implementar más reglas y fueron formando el juego. En la actualidad existe una placa de esta leyenda.



15 jugadores - 2 equipos

FOWARDS



Pilares
Son los apoyos del hooker.



Hooker
Asegura el balón en el "scrum", encargado de los saques.



Segunda línea
Empujan en el "scrum".



Flancos
Defensores, tercer ala izquierdo y derecho.



Octavo
Último forward, apoyo de los "flancos".

BACKS (9/14)



Medio Scrum
Es el enlace entre "forwards y backs". Dirige a los forwards.



Apertura
Distribuye y organiza el juego.



Wings
Son los más rápidos y ágiles, se ubican en los laterales.



Centros
Jugadores de apoyo, mueven el balón en la "línea".



Full back
Colabora en ataque y es la última defensa.

15 jugadores - 2 equipos

FOWARDS



Pilares
Son los apoyos del hooker.



Hooker
Asegura el balón en el "scrum", encargado de los saques.



Segunda línea
Empujan en el "scrum".



Flancos
Defensores, tercer ala izquierdo y derecho.



Octavo
Último forward, apoyo de los "flancos".

BACKS (9/14)



Medio Scrum
Es el enlace entre "forwards y backs". Dirige a los forwards.



Apertura
Distribuye y organiza el juego.



Wings
Son los más rápidos y ágiles, se ubican en los laterales.



Centros
Jugadores de apoyo, mueven el balón en la "línea".



Full back
Colabora en ataque y es la última defensa.



Árbitro

El juez central es la máxima autoridad, no se discute sus decisiones. Sólo el capitán del equipo puede dirigirse al árbitro.

TERCER TIEMPO

Dentro de la filosofía del rugby, es el momento en el cual el equipo local organiza e invita a comer o tomar algo al equipo visitante. De esta manera pueden disfrutar y entretenerse fuera del campo del juego, como parte del espíritu del juego limpio "fair play" y entender que el equipo oponente no es tu enemigo.

INFORMACIÓN

Mayor información en la "FER" Federación Ecuatoriana de Rugby, O en los equipos locales de cada ciudad.



El rugby puede ser jugado por todos sin importar peso, género, talla o habilidad. Hay un puesto para todos.

Diseño: Javier Hidalgo C. | Ilustración: Leon Sings | Fuente: World Rugby

VALORES

INTEGRIDAD: La integridad es central para la estructura del Rugby y se genera mediante la honestidad y el juego limpio.

PASIÓN: La gente del Rugby tiene un apasionado entusiasmo por el Juego. El Rugby genera entusiasmo, adhesión emocional y sentido de pertenencia a la Familia mundial del Rugby.

SOLIDARIDAD: El Rugby proporciona un espíritu unificado que conduce a amistades que duran toda la vida, camaradería, trabajo en equipo y lealtad, que trascienden las diferencias culturales, geográficas, políticas y religiosas.

DISCIPLINA: La disciplina es una parte integral del Juego tanto dentro como fuera de la cancha y está reflejada en la adhesión a las Leyes, Regulaciones y valores centrales del Rugby.

RESPECTO: El respeto por los compañeros, oponentes, oficiales de partidos y aquellos involucrados en el Juego es esencial.



Árbitro

El juez central es la máxima autoridad, no se discute sus decisiones. Sólo el capitán del equipo puede dirigirse al árbitro.

TERCER TIEMPO

Dentro de la filosofía del rugby, es el momento en el cual el equipo local organiza e invita a comer o tomar algo al equipo visitante. De esta manera pueden disfrutar y entretenerse fuera del campo del juego, como parte del espíritu del juego limpio "fair play" y entender que el equipo oponente no es tu enemigo.

INFORMACIÓN

Mayor información en la "FER" Federación Ecuatoriana de Rugby, O en los equipos locales de cada ciudad.



El rugby puede ser jugado por todos sin importar peso, género, talla o habilidad. Hay un puesto para todos.

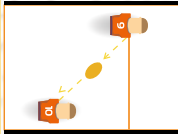
Diseño: Javier Hidalgo C. | Ilustración: Leon Sings | Fuente: World Rugby

Figura 137. Arte final armado para impresión en MegaA3, tiro.

REGLAS BÁSICAS

JUEGO DINÁMICO

PASE



Con las manos se lo pasa en línea paralela o hacia atrás del jugador que tiene el balón. Nunca adelante.

KNOCK ON



Si el jugador al momento de recibir el balón, este rebota o se cae hacia adelante, se produce el "knock on" y el mismo jugador no puede recoger el balón.



TRY

5 PTS



Cuando un jugador apoya el balón contra el suelo dentro de la zona de anotación.

DROP GOAL / PENAL

3 PTS



Si el jugador pateo el balón mientras está en juego, y este pasa por dentro de los postes, el penal se cobra cuando se marcó una falta.

TACKLE

El tackle es cuando el portador del balón es sujetado por uno o más adversarios y es derribado sobre el suelo, no se puede sujetar al jugador por encima del nivel de las axilas.

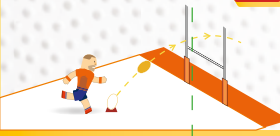


zona de tackle

JUEGO ESTÁTICO

CONVERSION

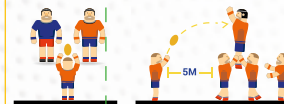
2 PTS



El jugador pateo el balón y debe pasar por medio de los postes. La conversión se produce después de anotar un "Try".

LINE OUT

5M

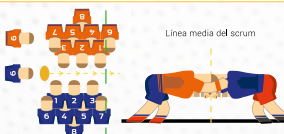


Si el balón sale del área de juego por sus laterales, se cobra un "line out". Se forman dos columnas, una de cada equipo y separadas un metro, el balón es lanzado al medio para ser disputado un jugador puede ser levantado para ganar altura.

SCRUM

Es una de las formaciones más reconocibles del rugby, es una puja frente a frente, del grupo de "forwards". De cada equipo serán máximo los ocho y mínimo cinco jugadores en tres líneas, que se enfrentan entre sí para comenzar a empujar con el fin de que el "hooker" pueda obtener el balón que ha sido lanzado en medio de ellos, sin tocarlo con las manos. El grupo que haya obtenido el balón, debe sacarlo por detrás de la formación, donde lo tomará un jugador, usualmente es el número 9 y continuará el juego.

• Se debe tener cuidado con la posición de la espalda, para evitar lesiones

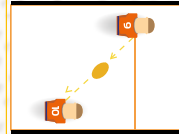


Línea media del scrum

REGLAS BÁSICAS

JUEGO DINÁMICO

PASE



Con las manos se lo pasa en línea paralela o hacia atrás del jugador que tiene el balón. Nunca adelante.

KNOCK ON



Si el jugador al momento de recibir el balón, este rebota o se cae hacia adelante, se produce el "knock on" y el mismo jugador no puede recoger el balón.



TRY

5 PTS



Cuando un jugador apoya el balón contra el suelo dentro de la zona de anotación.

DROP GOAL / PENAL

3 PTS



Si el jugador pateo el balón mientras está en juego, y este pasa por dentro de los postes, el penal se cobra cuando se marcó una falta.

TACKLE

El tackle es cuando el portador del balón es sujetado por uno o más adversarios y es derribado sobre el suelo, no se puede sujetar al jugador por encima del nivel de las axilas.

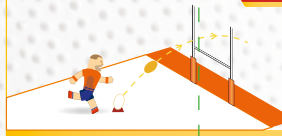


zona de tackle

JUEGO ESTÁTICO

CONVERSION

2 PTS



El jugador pateo el balón y debe pasar por medio de los postes. La conversión se produce después de anotar un "Try".

LINE OUT

5M

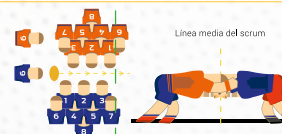


Si el balón sale del área de juego por sus laterales, se cobra un "line out". Se forman dos columnas, una de cada equipo y separadas un metro, el balón es lanzado al medio para ser disputado un jugador puede ser levantado para ganar altura.

SCRUM

Es una de las formaciones más reconocibles del rugby, es una puja frente a frente, del grupo de "forwards". De cada equipo serán máximo los ocho y mínimo cinco jugadores en tres líneas, que se enfrentan entre sí para comenzar a empujar con el fin de que el "hooker" pueda obtener el balón que ha sido lanzado en medio de ellos, sin tocarlo con las manos. El grupo que haya obtenido el balón, debe sacarlo por detrás de la formación, donde lo tomará un jugador, usualmente es el número 9 y continuará el juego.

• Se debe tener cuidado con la posición de la espalda, para evitar lesiones



Línea media del scrum

Figura 138. Arte final armado para impresión en MegaA3, retiro.

Detalle para impresión

Soporte: Couché A4 de 150gr.

Formato final abierto: 22 x 8 cm

Formato final cerrado: 11 x 8 cm

Color: CMYK, full color

Tiro: Si.

Retiro: Si

Acabados: Corte, doblado y grapado

Armado en Soporte:

21

29,7

Figura 139. Detalle para impresión de guía de presentación.

INTEGRIDAD:
La integridad es central para la estructura del Rugby y se genera mediante la honestidad y el juego limpio.

PASIÓN:
La gente del Rugby tiene un apasionado entusiasmo por el Juego. El Rugby genera entusiasmo, adhesión emocional y sentido de pertenencia a la Familia mundial del Rugby.

SOLIDARIDAD:
El Rugby proporciona un espíritu unificado que conduce a amistades que duran toda la vida, camaradería, trabajo en equipo y lealtad, que trascienden las diferencias culturales, geográficas, políticas y religiosas.

DISCIPLINA: La disciplina es una parte integral del Juego tanto dentro como fuera de la cancha y está reflejada en la adhesión a las Leyes, Regulaciones y valores centrales del Rugby.

RESPECTO:
El respeto por los compañeros, oponentes, oficiales de partidos y aquellos involucrados en el Juego es esencial.

El rugby puede ser jugado por todos sin importar peso, género, talla o habilidad. Hay un puesto para todos

TODOS AL RUGBY
¡Anímate a jugar!

GUÍA DE USO

ACTIVIDAD "B"

- 1** Todos los jugadores están en un espacio cuadrado o rectangular, puede ser una cancha de basquet.
- 2** En mitad del campo hay una línea que divide el terreno en dos, en el centro de la cual se situaran tres "defensores".
Los "atacantes" deben pasar de un lado de la cancha a otro, evitando ser sujetado por los defensores.
- 3** Los defensores empiezan desde la línea de mitad de campo, pero una vez que se inicia el juego puede correr por todo el campo excepto por fuera del área delimitada.
- 4** Cuando el defensor consigue sujetar a un atacante, este último se convierte en defensor.
- 5** El juego sigue hasta que sólo queda un "atacante".
- 6** No permitir que nadie bote al suelo a un jugador. El juego puede ser usando el balón, esto dependerá de la disposición del entrenador.

DESPUÉS

- Verificar elementos del kit para una siguiente exposición.
- Reimprimir las guías de bolsillo necesarias para la siguiente presentación.
- Mantener contacto con el colegio.

SUGERENCIAS

- Evitar el contacto fuerte. Mantener un lenguaje respetuoso y amigable.

DATOS

Tiempo aprox:
30 minutos

Cantidad sugerida de público:
20 personas máx.

Vestimenta:
Camiseta tipo Polo, color blanco.

Figura 140. Arte final armado para impresión en A4, tiro.

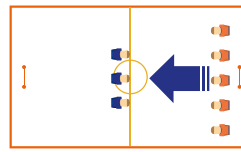
GUÍA DE EXPOSICIÓN

ANTES

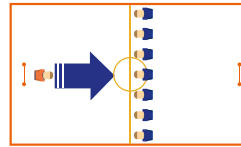
- Confirmar la cita en el colegio.
- Verificar que los elementos del kit estén completos y funcionando.
- Usar la banda en el brazo derecho y el pin sobre el pecho en el lado izquierdo.
- Llegar 20 minutos antes para organizar el lugar.
- Verificar el sonido y proyector.

DURANTE

- Saludar y presentarse a los asistentes.
- Reproducir el video uno (valores) seguido del video dos (reglas).
- Organizar a los chicos para la actividad lúdica.
- Dirigir la actividad lúdica con el balón.
- Regresar al aula.
- Entregar guías de bolsillo.
- Recalcar los valores de rugby.
- Responder preguntas.
- Despedir la presentación.
- Guardar y empacar los elementos del kit.



inicio



fin



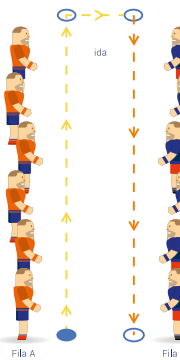
10 min

ACTIVIDAD "A"

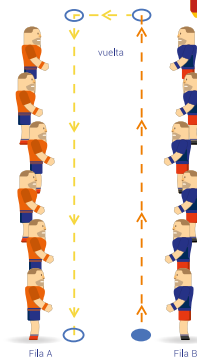
- 1 Se colocan dos equipos en dos filas enfrentados.
- 2 Entre cada jugador debe haber una distancia de dos brazos y no deben moverse.
- 3 El balón está en el suelo y a la señal del entrenador el primer jugador de la fila cogerá el balón del suelo y se lo pasará, con las manos, al jugador que se encuentra ubicado a su lado en su misma fila.
- 4 Cada jugador tiene que pasar el balón a su compañero y así hasta llegar al último de la fila.
- 5 El último jugador de la fila "a" le pasa

el balón al jugador ubicado en la fila "b" al frente.

- 6 El balón regresa así hasta el primer jugador de la fila "b". Y se vuelve a repetir el juego pero ahora llevando la pelota en sentido contrario.



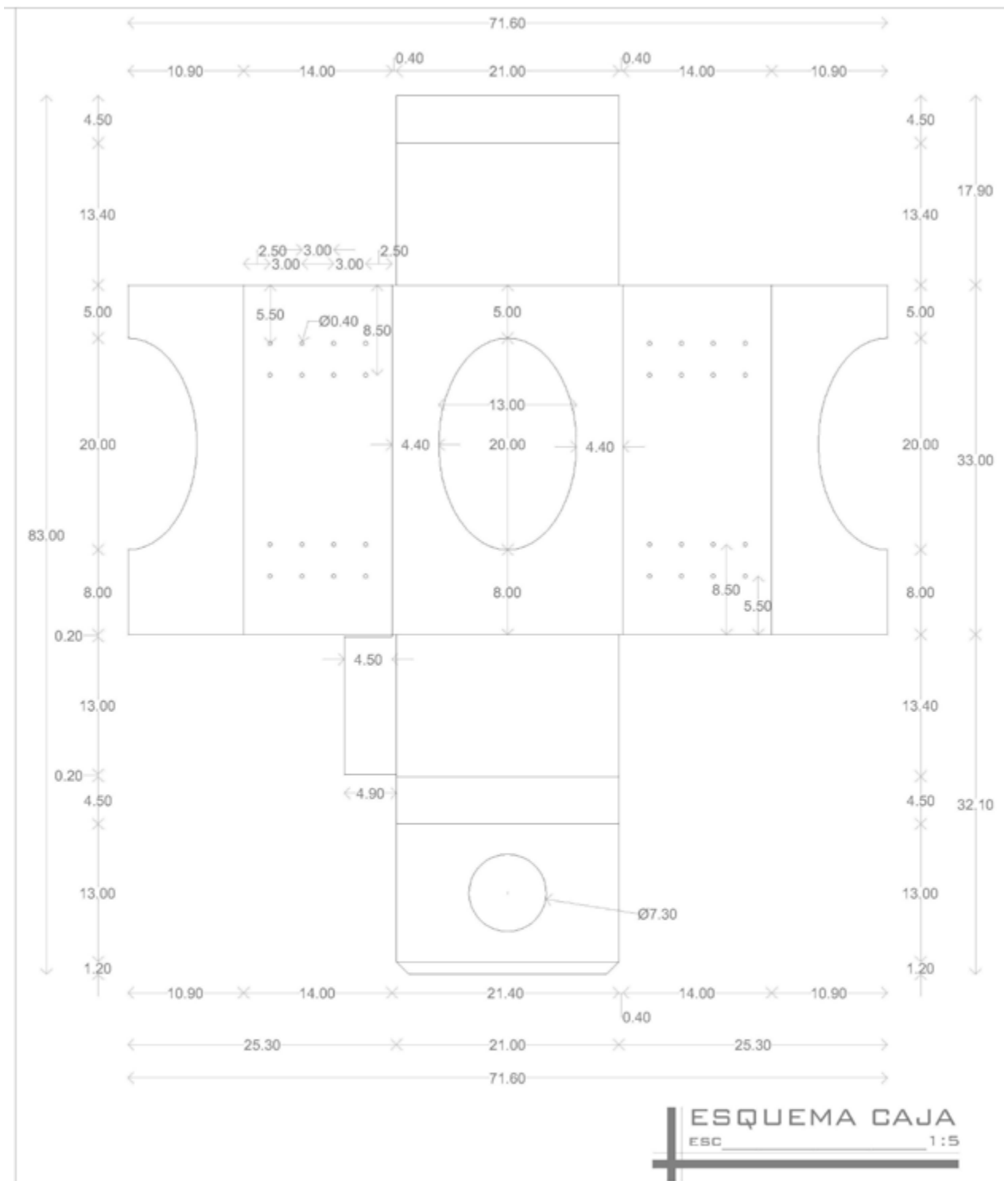
ida



vuelta

10 min

Figura 141. Arte final armado para impresión en A4, retiro.



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR	
CARRERA: <p style="text-align: center;">DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL</p>	REFERENCIAS: <p>— LÍNEA DE CORTE</p> <p>- - - LÍNEA DE DOBLADO</p> <p>← 5.00 → COTA EN CENTÍMETROS</p>
ALUMNO: <p style="text-align: center;">HENRY JAVIER HINOJOSA CARRILLO</p>	ESCALA: <p style="text-align: center;">1:5</p>
OBSERVACIONES: <p style="text-align: center;">DETALLE DE CAJA CONTENEDORA DE BALÓN DE RUGBY INDICACIONES PARA CORTADO LÁSER EN CARTÓN CORRUGADO DE 4mm</p>	LÁMINA: <p style="text-align: center;">1 de 4</p>

Figura 142. Plano técnico para corte y armado de empaque.

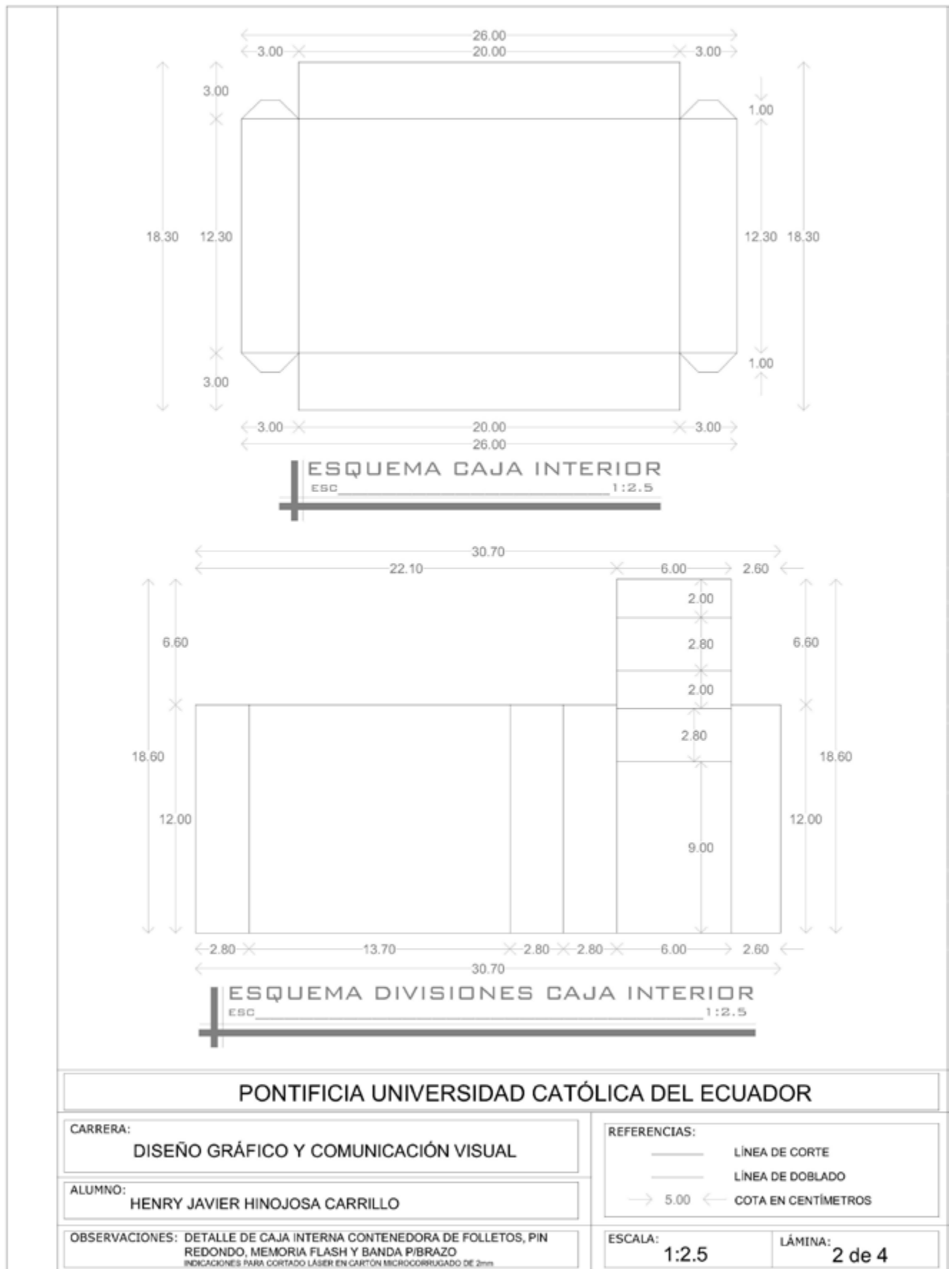
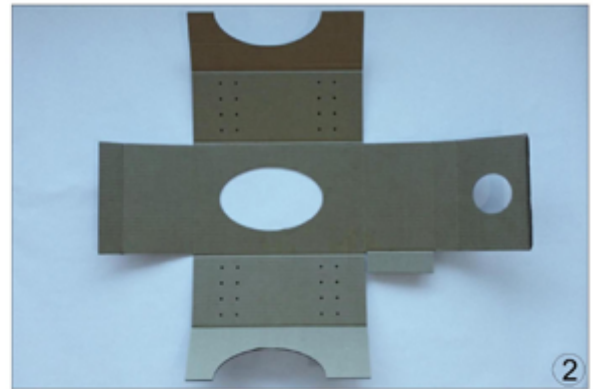
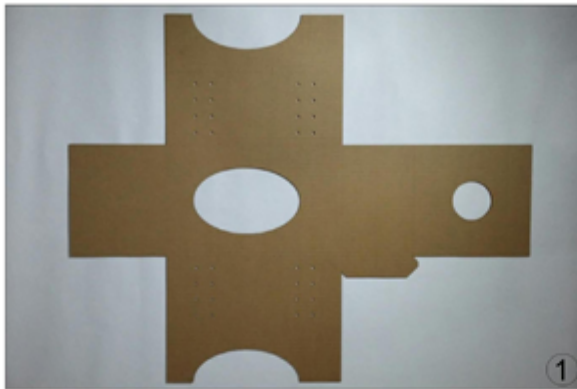


Figura 143. Plano técnico para corte y armado de caja interna del empaque.



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

CARRERA: DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL

ALUMNO: HENRY JAVIER HINOJOSA CARRILLO

OBSERVACIONES: ARMADO DE CAJA - PASO A PASO

REFERENCIAS:
INDICACIONES PARA EL ARMADO DE LA CAJA CONTENEDORA DEL BALÓN DE RUGBY

ESCALA: SIN ESCALA LÁMINA: 3 de 4

Figura 144. Guía de armado del empaque.



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

CARRERA:
DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL

ALUMNO:
HENRY JAVIER HINOJOSA CARRILLO

OBSERVACIONES:
ARMADO DE CAJA INTERIOR - PASO A PASO

REFERENCIAS:
INDICACIONES PARA EL ARMADO DE LA CAJA INTERNA CON DIVISIONES

ESCALA:
SIN ESCALA

LÁMINA:
4 de 4

Figura 145. Guía de armado para caja interna del empaque.

Para las animaciones se usa el programa de edición y animación *Adobe After Effects* por su facilidad para crear efectos de movimiento y dar vida a los personajes, en nuestro caso fueron los jugadores de rugby para explicar la reglas y valores.

Cada efecto fue pensado en el público juvenil es por eso que se toma efectos que simulen a un juego de vídeo o un cómic.

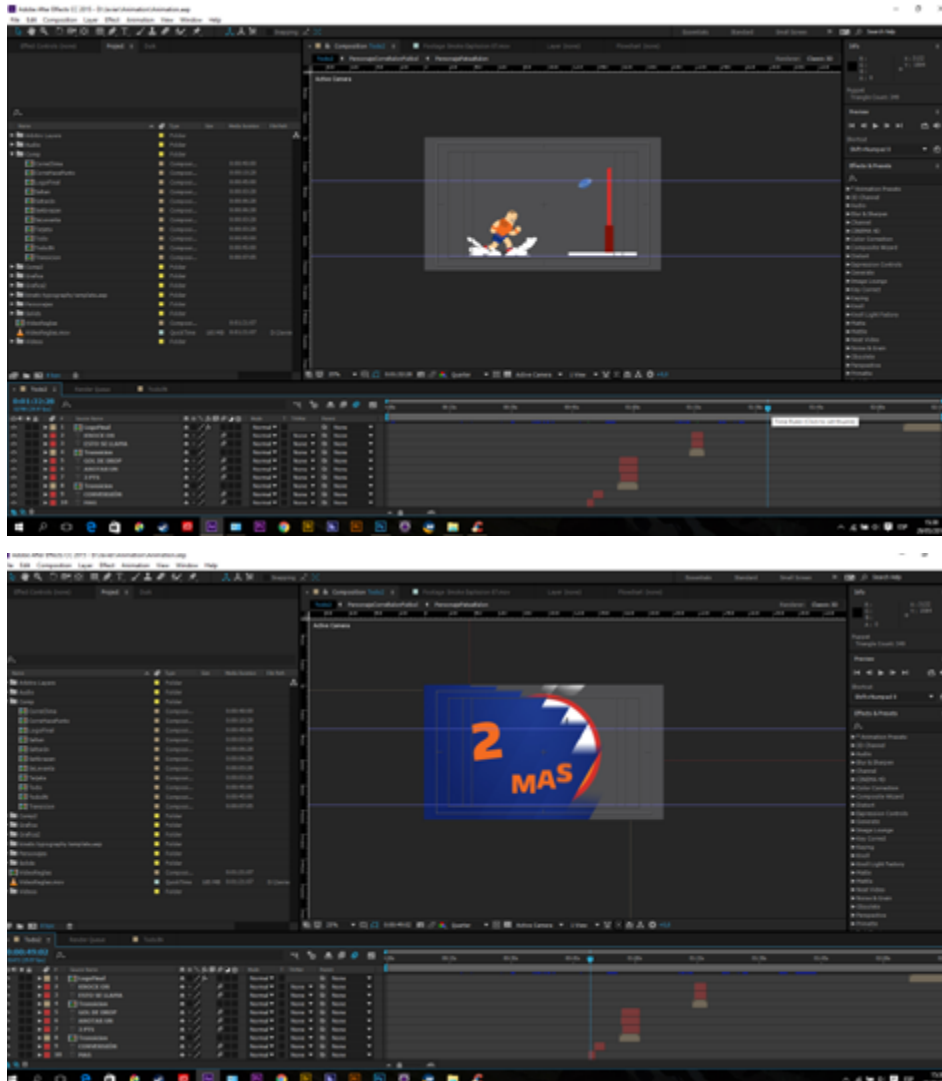


Figura 146. Captura de pantalla del programa After Effects.

3.3.4. Costos del proyecto

Los costos se calculan en base de las horas laborables que se necesitaron para desarrollar el proyecto.

Para el cálculo del costo de diseño se toma como base un sueldo de \$800 que dividido para 160 horas laborables al mes, da un equivalente de \$5 por hora de diseño. Este valor está considerado para un profesional no titulado.

Para la producción se toma como base los recibos y facturas que se pagaron al momento de realizar el prototipo.

Cálculo de Precios de Diseño y producción Basado en horas de trabajo creativo y operativo					
Proyecto:	Kit didáctico, gráfico y multimedia - Rugby				
Características:	Identidad visual, guías, elementos para expositor, videos animados, packaging				
VALOR DEL DISEÑO					
Valor base para el cálculo				\$ 800,00	
Total horas laborables al mes				160	
Valor Hora				\$ 5,00	
Horas estimadas de trabajo creativo				160	
Valor bruto por diseño creativo				\$ 800,00	
Valor base para el cálculo				\$ 800,00	
Total horas laborables al mes				160	
Valor Hora				\$ 5,00	
Horas estimadas de trabajo productivo				240	
Valor bruto por diseño productivo				\$ 1.200,00	
VALOR BRUTO POR DISEÑO				\$ 2.000,00	
Mano de obra directa		Valor/hora	Horas	Subtotal	
Ilustrador		\$ 10,00	3	\$ 30,00	
Animador		\$ 10,00	60	\$ 600,00	
Maquetería		\$ 4,00	10	\$ 40,00	
Locutor		\$ 30,00	1	\$ 30,00	
Fotógrafo		\$ 20,00	1	\$ 20,00	
VALOR BRUTO POR MOD				\$ 720,00	
Prototipos		Cantidad	V.U	Subtotal	
Impresión Couché Mega A3 150gr		12	\$ 1,80	\$ 21,60	
Impresión Couché A4 150gr		2	\$ 1,25	\$ 2,50	
Sublimado en tela		1	\$ 10,00	\$ 10,00	
Impresión Pin-botón		1	\$ 1,50	\$ 1,50	
Memoria USB		1	\$ 8,50	\$ 8,50	
Cordón por metros		5	\$ 0,50	\$ 2,50	
Velcro por metros		1	\$ 1,50	\$ 1,50	
Impresión directa en Cartón / Corte laser		2	\$ 10,00	\$ 20,00	
Subtotal				\$ 68,10	
Transporte		Cantidad	V.U	Subtotal	
Taxi		4	\$ 3,00	\$ 12,00	
Buses		100	\$ 0,25	\$ 25,00	
Subtotal				\$ 37,00	
Equipos de oficina					
Valor inicial				\$ 1.500,00	
Período de vida útil (en años)				3	
Porcentaje depreciación anual				33%	
Total depreciación anual				\$ 495,00	
Depreciación mensual				\$ 41,25	
Depreciación diaria				\$ 1,38	
Depreciación por hora				\$ 0,17	
Subtotal				\$ 68,75	
Servicios básicos		Planilla	V/Diario	V/Hora	Subtotal
Gastos de energía eléctrica		\$ 25,00	0,8333333	0,0347	\$ 13,89
Gastos de agua		\$ 10,00	0,3333333	0,0139	\$ 5,56
Gastos de telefonía móvil		\$ 15,00	0,5	0,0208	\$ 8,33
Servicio de Internet		\$ 35,00	1,1666667	0,0486	\$ 19,44
Subtotal				\$ 47,22	
RESUMEN					
Honorarios profesionales				\$ 2.000,00	
Mano de obra directa				\$ 720,00	
Transporte				\$ 37,00	
Prototipos				\$ 68,10	
Depreciación de equipos				\$ 68,75	
Servicios básicos				\$ 47,22	
Subtotal				\$ 2.941,07	
Imprevistos			10%	\$ 294,11	
TOTAL PRESUPUESTO				\$ 3.235,18	

Figura 147. Costos del proyecto.



COMUNICACIÓN DISEÑO PUBLICIDAD

P R O F O R M A
0 0 0 0 1 6

FECHA	Quito 20 de Mayo del 2016	Erika De Hurtado
CLIENTE	Sr. Javier Hinojosa	ventas@focusgroup.ec/erikadhurtado@hotmail.com
ATENCIÓN		25039857088552382/0939644387
PRODUCTO (s)	IMPRESIÓN SOBRE CARTÓN Y CORTE LASER	

CANT.	PRODUCTO	PROCESO Y MATERIALES	TAMAÑO	UND/m ²	VALOR UNIDAD	TOTAL
1	IMPRESIONES	IMPRESIÓN SOBRE CARTÓN CORRUGADO DE 4 m m (1 - 5 unidades) CON CORTE PANTOGRAFIADO	70 * 80 cm		\$ 10,00	\$ -
1	IMPRESIONES	IMPRESIÓN SOBRE CARTÓN CORRUGADO DE 4 m m (5 - 10 unidades) CON CORTE PANTOGRAFIADO	70 * 80 cm		\$ 9,35	\$ -
1	IMPRESIONES	IMPRESIÓN SOBRE CARTÓN CORRUGADO DE 4 m m (10 - 20 unidades) CON CORTE PANTOGRAFIADO	70 * 80 cm		\$ 9,00	\$ -

SUMAN	\$ -
DESCUENTO 3%	\$ -
SUBTOTAL	\$ -
12 % IVA	\$ -
TOTAL	\$ -

LOCALIDAD DE ENTREGA	QUITO	PRIORIDAD	URGENTE
TIEMPO DE PRODUCCIÓN	SOLO IMPRESIÓN 2 DIAS LABORABLES; SEÑALÉTICA COMPLETA 5 DIAS LABORABLES	FORMA DE PAGO	50% ANTICIPO, 50% CONTRA ENTREGA
TIEMPO DE ENTREGA	SOLO IMPRESIÓN 2 DIAS LABORABLES; SEÑALÉTICA COMPLETA 5 DIAS LABORABLES	VALIDEZ DE OFERTA	30 DIAS LABORABLES

OBSERVACIONES: EL TIEMPO DE ENTREGA CORRE A PARTIR DE LA APROBACION DE PRUEBA DE COLOR Y ENTREGA DEL ANTICIPO

Erika De Hurtado

ATENTAMENTE

Figura 148. Cotización para la producción del packaging.



Oscar Eduardo Vargas Santander
(Persona Natural)
RUC. 1706739453001

COTIZACION N° 160256

Quito, 2 de junio de 2016.

Señor
Javier Hinojosa
Presente.-

De mi consideración:

Mediante la presente es grato poner a disposición de ustedes esta Cotización para la elaboración del trabajo que se detalla:

1. 10 Impresiones tiro y retiro.
Material Mega A3, couché 150gr
Full color
Terminado: corte y grafado.
2 Impresiones Tiro y Retiro
Material A4, couché 150gr
Terminado: corte, grafado.

PRECIO \$27.60

No incluye el importe del iva.

VALIDEZ DE LA COTIZACION: 30 días.
TIEMPO DE ELABORACION: 24 horas.

Atentamente,

Rubén Risco Intriago
V&M GRAFICAS



Figura 150. Recibos y facturas para la producción del prototipo.

CONCLUSIÓN DEL CAPÍTULO III

La validación que se realizó tanto con el experto y los chicos que forman parte del grupo de usuarios permitió ver el grado de aceptación que puede tener este proyecto en la vida real. La entrevista y las encuestas son la prueba de esto.

El signo identificador fue percibido con gran concordancia con el concepto que se manejó, el cual fue "Unión". Esto de acuerdo a las respuestas de los jóvenes y del entrenador de rugby.

Las técnicas seleccionadas para la producción del prototipo fueron las más óptimas puesto que en la validación se comportaron como se esperaba, con una gran calidad visual y de uso.

El explorar técnicas nuevas como la impresión en cama plana y el corte láser dan la posibilidad de obtener objetos más elaborados y por lo tanto con mayor impacto visual.

Con esto se comprueba el cumplimiento del tercer objetivo del proyecto el cual era validar la propuesta con un grupo focal del público objetivo al cual va dirigido el producto.

CONCLUSIONES DEL PROYECTO

El proyecto se ejecutó de tal manera que se configuró varios elementos visuales bajo una misma línea gráfica. Creando así una identidad visual propia, lo cual fue parte del objetivo general, el diseñar todo un kit que dé a conocer el rugby en los colegios.

La investigación de la situación del rugby en el país permitió detectar el problema central para este proyecto. Una adversidad durante la etapa de investigación fue que al tratarse de un tema poco conocido en el país, no se obtiene muchas fuentes de información para obtener los datos necesarios que nos sirven para crear la estrategia de diseño. Pero con las técnicas adecuadas de investigación se pudo cumplir con nuestro objetivo y analizar un problema que puede ser solucionado en parte con una solución de diseño.

En un proyecto como éste, el uso de un concepto como la base e inicio de todo, es de gran aporte para lograr resultados eficientes y que satisfagan los requisitos planteados en el brief inicial.

El hecho de haber empleado la metodología del Design Thinking para establecer de modo estratégico la solución al problema planteado, permitió conseguir una respuesta que vaya directo al público objetivo. Por tal motivo se consiguió la idea principal, que es llevar directamente la información a las instituciones educativas para que los estudiantes y chicos tomen interés en este nuevo deporte, con esto se da una posibilidad para crear una masificación a nivel juvenil del rugby.

Se pudo crear productos de un nivel visual alto y a la vez sencillo y con gran pregnancia. Esto gracias a teorías empleadas como la Gestalt, del cierre y de proximidad, entre otras. El poder trabajar de manera interdisciplinaria permitió crear productos con mucho impacto puesto que los especialistas en cada campo aportaron con sus observaciones y así se resolvió las necesidades con mayor eficacia.

Al poner a prueba los prototipos con un grupo de usuarios, se pudo observar que la solución fue apta para el problema, puesto que se obtuvo resultados positivos. La interacción de este grupo con los elementos del Kit fue la esperada, puesto que se sintieron identificados con la gráfica desarrollada. El uso de las actividades con el balón les permitió tener un espacio de entrenamiento fuera de lo común gracias a elementos como el balón ovalado y las actividades lúdicas del pase y en especial la de "invasión" que no se las practica en otros deportes. Los chicos tuvieron un acercamiento con el rugby en su colegio, dando la oportunidad a que se conozca el deporte y sus valores. Cumpliendo de esta manera con los objetivos del brief y del proyecto.

RECOMENDACIONES DEL PROYECTO

1. Una vez realizado la presentación en la institución educativa, se debe mantener contacto con las autoridades para concretar la posibilidad de la creación de un equipo juvenil o la práctica permanente dentro del colegio.
2. Se sugiere mantener una intervención de manera regular, para así poder medir el grado de motivación en los estudiantes para jugar rugby.
3. El uso de las actividades lúdicas se podría extender bajo un análisis más profundo por parte de entrenadores calificados y así mejorar la experiencia introductoria del rugby a los jóvenes.
4. A pesar de estar dirigido a estudiantes entre las edades de 15 a 18 años, es posible que se lo pueda aplicar a chicos más jóvenes, es decir toda la institución secundaria, para esto se debería realizar una validación con grupos de usuarios de dichas edades.
5. Se debería ejecutar una fase siguiente del Kit, es decir crear material informativo sobre el rugby a todo nivel, para jugadores avanzados, intermedios, principiantes, hinchas, estudiantes de primaria y de universidad, público en general para que el deporte se masifique dentro del país.
6. Para realizar este tipo de proyectos se recomienda estar involucrado con la actividad puesto que de esa manera se puede obtener un mejor diálogo con los participantes y conocer la práctica para así desarrollar una mejor solución de diseño.

BIBLIOGRAFÍA

- Ambrose, G. & Harris, P. (2007). *The layout book*. Lausanne, Switzerland: AVA Academia.
- Ambrose, G. & Harris, P. (2010). *Design thinking*. Lausanne: AVA Academia.
- Ambrose Gavin, Harris Paul, 2011, *Packaging de la Marca*, España, Barcelona, Parramon
- Amigó, E. (2004). *Adolescencia y deporte*. Barcelona: INDE Publicaciones.
- Avellaneda, E. (2013). *Sistema de Comunicación Visual para la Gestión Integral de la Identidad Institucional de la Federación Ecuatoriana de Rugby (Licenciatura)*. Universidad Católica del Ecuador, Quito.
- Bhaskaran, L. (2006). *¿Qué es diseño editorial?*. España: RotoVision.
- Cámara, S. (2006). *El dibujo animado*. Barcelona: Parramón.
- Chaves, N. & Belluccia, R. (2006). *La Marca corporativa*. Buenos Aires: Paidós.
- Capriotti, P. (2009). *Branding corporativo*. Santiago, Chile: [Business School Universidad Mayor].
- Capsule (2007). *Claves del diseño 01, Logos*. Barcelona: GG.
- Costa, J. & Moles, A. (2000). *Imagen didáctica*. Barcelona: Ceac.
- Costa, J. Fontvila Ignasi, et al (2013). *Los 5 pilares del branding*. Tiana, Barcelona: CPC.
- Currículo de Educación Física, Reforma, 2012, Ministerio del Deporte y Ministerio de Educación.
- Eiroá Jesús García, (2000). *Deportes de Equipo*. España, Barcelona. Editorial INDE
- Frascara, Jorge, 2006. *El diseño de comunicación*. Argentina, Buenos Aires. Ediciones Infinito
- García Ferrando Manuel, Puig Núria, Lagardera Francisco, 2009, *Sociología del Deporte*, Madrid, España, Alianza Editorial.
- Healey, M. (2009). *¿Qué es el branding?*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Heller, E. & Chamorro Mielke, J. (2004). *Psicología del color*. Barcelona: Gustavo Gili.
- IRB, International rugby board. (2013). *Leyes de Juego*, Ireland
- Kane, J. (2012). *Manual de tipografía*. Barcelona: GG.
- Molina Gerardo, Aguiar Francisco. (2003). *Marketing Deportivo – El negocio del deporte y sus claves*. Argentina, Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
- Landa, R. (2011). *Publicidad y diseño*. Madrid: Anaya Multimedia.
- Lidwell, W., Elam, K., Holden, K., & Butler, J. (2011). *Principios universales de diseño*. Barcelona: Blume.
- Lupton Ellen, 2011. *Intuición, Creación, Acción, Graphic Design Thinking*. España, Barcelona. Editorial Gustavo Gili.
- Ramírez Pardo, P. (2002). *Concepciones sobre el aprendizaje*. Bogota, D.C.: Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Centro de Investigaciones y Desarrollo Científico.

- Rodríguez Morales, Luis, 2004 Diseño: Estrategias y Tácticas, Argentina
- Salvatierra, C. (2008). Análisis de la composición gráfica de las infografías periodísticas impresas (Licenciatura). Universidad Abierta Interamericana.
- Sampieri, Roberto, Collado Fernández, Baptista María del Pilar. (2010). Metodología de la Investigación, Quinta edición, México, McGraw Hill
- Stewart, Bill, 2007 Packaging, España, Editorial Gustavo Gili
- Swann, Alan, 1991, Diseño y Marketing, España, Barcelona, Editorial Gustavo Gili
- Ultimas Noticias, Pablo Tatés, 2008
- Vianna, Mauricio, et al (2011). Design Thinking, Brasil, Mjv Press
- Villafañe, J. (2006). Introducción a la teoría de la imagen. Madrid: Pirámide.
- Wells, P., Quinn, J., Mills, L., & Molina García, L. (2010). Dibujo para animación. Barcelona: Blume.
- Wong, W., Alsina Thevenet, H., & Rosell i Miralles, E. (2014) Fundamentos de diseño. España, Barcelona, Editorial Gustavo Gili

REFERENCIAS

- Amada, Corte por láser | Definición de corte por láser. (2013). Spanish.amadamiyachi.com. 22 Mayo 2016, Recuperado de <http://spanish.amadamiyachi.com/glossary/glosslasercutting>
- Asociación de Rugby de Pichincha, ARP, 2015 <https://www.facebook.com/Asociación-de-Rugby-de-Pichincha>
- Avespados Tv, 2013, <https://youtu.be/JxWTMkelK2E>
- BBC, Charlie Henderson, 2005. Recuperado de : http://news.bbc.co.uk/sport2/hi/rugby_union/international/4095198.stm
- Canal Teleamazonas, vídeo 2014, <https://youtu.be/RN4vFb2VKq8>
- Canal Teleamazonas, 2011, Reportaje <https://youtu.be/P6LxzOeU9J8>
- Canal Uno, 2013, <https://youtu.be/ufAPITHmXqQ>
- Cassisi, L. (2016). Cómo definir el tipo marcario adecuado - Luciano Cassisi. Foroalfa.org. Recuperado 24 Febrero 2016, de <http://foroalfa.org/articulos/como-definir-el-tipo-marcario-adecuado>
- Clemares, Guillermo (2008). Recuperado 17 Septiembre 2015 de <http://irreducible.naukas.com/2008/12/07/el-hombre-que-aplasto-un-balon-de-futbol-contra-su-pecho-e-invento-el-rugby/>
- Comité Olímpico del Ecuador. Carta Olímpica del Comité Olímpico Internacional. Recuperado de: http://www.coe.org.ec/images/pdf/carta_olimpica_2011.pdf
- Confederación Sudamericana de Rugby. Nicolás Di Nápoli: "Ecuador es uno sólo". Prensa Consur. Recuperado de: <http://www.consor.org/index.php/component/k2/item/1848-nicolas-di-napoli-ecuador-es-uno-solo>
- Disgraf, 2016. Recuperado 25 Mayo 2016 de http://disgraf.com/index.php?option=com_content&view=article&id=23&Itemid=27
- El Comercio. (2013) Ecuador campeón del zonal C de Rugby. Recuperado de: http://www.elcomercio.com.ec/deportes/Ecuador-Rugby-Piqueros-Consur-zonaC_0_1043895729.html
- Efdeportes, 2001. Acerca de la popularización del deporte y de los nuevos deportes, Recuperado de: <http://www.efdeportes.com/efd38/popul.htm>
- El Telégrafo. (2014) El rugby crece en el Ecuador sin canchas para masificarse. Recuperado 15 Septiembre 2015 de: <http://www.telegrafo.com.ec/deportes/item/el-rugby-crece-en-ecuador-sin-canchas-para-masificarse.html>
- Federación Ecuatoriana de Rugby. Misión. (2013) Recuperado 18 Julio 2015 de: <http://www.fer.com.ec>
- Federación Ecuatoriana de Rugby, Facebook (2015) Recuperado 24 de Septiembre 2015 de <https://www.facebook.com/FER-Ecuador-Federaci%C3%B3n-Ecuatoriana-de-Rugby-463891760383664/>
- Gilibets Laia. Marketing deportivo: el marketing al servicio del deporte. Recuperado de: <http://blogmarketingdeportivo.wordpress.com/2013/12/03/marketing-deportivo/>

Gili, José María, (2011) AIDA la fórmula mágica. Recuperado de:
<http://www.estrategiasdemarketingonline.com/aida-la-formula/>

Medios Avanzados, (2007) Diseño Audiovisual, Recuperado de:
http://mediosavanzados.files.wordpress.com/2007/07/clase04_disenoaudiovisual.pdf

Menescardi, Cristina, 2011. Recuperado de: <http://altorendimiento.com/el-rugby-los-motivos-de-practica-segun-sus-jugadores-y-jugadoras/>

Ministerio del Deporte. Entidades Adscritas. Recuperado de: <http://www.deporte.gob.ec/category/el-ministerio/entidades-adscritas/>

Ministerio del Deporte. (2015). Colegio de Liga y Manuela Cañizares, nuevos campeones del Fútbol Intercolegial (Galería) . Deporte.gob.ec. Recuperado 13 Nov 2015, de <http://www.deporte.gob.ec/colegio-de-liga-y-manuela-canizares-nuevos-campeones-del-futbol-intercolegial-galeria/>

No-Noticias, 2011. Reportaje https://youtu.be/P_z85gFLaHQ

Nogales Juan, Estrategias de marketing en clubes deportivos. Recuperado de:
<http://www.e-balonmano.com/revista/articulos/v2n3/v2-n3-a1.pdf>

Norfipc, Formatos de vídeo, diferencias entre MP4, MKV, AVI, DVD, WMV, MOV. 22 May 2016, Recuperado de <https://norfipc.com/articulos/formatos-video-diferencias-mp4-mkv-avi-dvd-wmv-mov.php>

Liverpool Tienda (2016) Recuperado 25 Mayo 2016 de <http://www.liverpool.com.mx/tienda/maleta-under-armour/1035176345?skuld=1035176345>

López, F. (2012). tutorial flopez. Issuu. 02 Mayo 2016, Recuperado de: https://issuu.com/fabiolopez/docs/tutorial_flopez

Palomino, Alberto (2007). Rugby tag como propuesta de enseñanza en la clase de Educación Física. Efdeportes.com. 30 Abril 2016, Recuperado de <http://www.efdeportes.com/efd113/rugby-tag-como-propuesta-de-ensenanza-en-educacion-fisica.htm>

Publicamos - Papeles que se utilizan en trabajos de Imprenta (2011). Publicamos. 20 May 2016, Recuperado de <http://imprentapublicamos.over-blog.es/article-papeles-que-se-utilizan-en-trabajos-de-imprenta-89653169.html>

Rivera Daniela, Borro Sandra, (2013). Rugby and Fitness: LA IMPORTANCIA PSICOLÓGICA DE UN JUEGO COMO EL RUGBY. (2013). Rugbyandfitness.blogspot.com. Recuperado 24 Septiembre 2015, de <http://rugbyandfitness.blogspot.com/2013/07/la-importancia-psicologica-de-un-juego.html>

Roland DGA, Impresora de Inyección de Tinta UV | VersaUV LEJ 640 | Roland DGA. (2015). 23 Mayo 2016, Recuperado de <https://www.rolanddga.com/es/productos/impresoras/versauv-lej-640-impresora-uv-plana>

Rugby History (2012). 12 Septiembre 2015, Recuperado de <http://www.rugbyfootballhistory.com/originsofrugby.htm>

Scribd. (2015) Investigación. Recuperado 19 Octubre 2015, de <https://es.scribd.com/doc/211724950/Disenos-de-la-investigacion-capitulo-III>

StickyBranding, (2015). Naming. Recuperado 13 Febrero 2016, de <https://stickybranding.com/>

brand-naming-process-how-to-make-a-brand-name-resonate/

SUBLIMACION TEXTIL. (2016). Sublimaciontextil.com.mx. 21 Mayo 2016, Recuperado de <http://www.sublimaciontextil.com.mx/>

Sudamérica Rugby. (2011). Primer curso IRB en Ecuador | Sudamericarugby.org. Recuperado 23 Junio 2015, de <http://www.sudamericarugby.org/2011/04/12/primer-curso-irb-en-ecuador/>

Tritones Rugby (2007) Posiciones técnicas. Recuperado 20 de agosto 2015, de <https://tritonesrugby.wordpress.com/2007/05/31/posiciones-tecnico-tacticas/>

UNIÓN ARGENTINA DE RUGBY. (2014). Uar.com.ar. Recuperado 10 Febrero 2014, de http://www.uar.com.ar/union/hechos_historicos.asp

World Rugby, Capacitación World Rugby de Entrenadores. (2015). Coaching.worldrugby.org. Recuperado 14 Agosto 2015, de <http://www.coaching.worldrugby.org/index.php?page=160&language=es>

ANEXOS

Anexo 1. Fotos de la expodeportes



Anexo 4. Calificación de la matriz de ideas.

Parámetros	Relevancia	1A		1B		1C		1D		1E	
Tiempo requerido	20%	4	0,8	3	0,6	3	0,6	4	0,8	3	0,6
Costo	15%	4	0,6	3	0,45	2	0,3	5	0,75	4	0,6
Didáctico	20%	3	0,6	4	0,8	4	0,8	5	1	5	1
Disponibilidad tecnológica	15%	4	0,6	4	0,6	3	0,45	5	0,75	3	0,45
Impacto	30%	3	0,9	5	1,5	5	1,5	2	0,6	3	0,9
	100%	TOTAL	3,50	TOTAL	3,95	TOTAL	3,65	TOTAL	3,90	TOTAL	3,55
Rango de calificación: 1 a 5											

Parámetros	Relevancia	2A		2B		2C		2D		2E	
Tiempo requerido	20%	4	0,8	4	0,8	3	0,6	4	0,8	4	0,8
Costo	15%	4	0,6	3	0,45	3	0,45	3	0,45	2	0,3
Didáctico	20%	3	0,6	1	0,2	4	0,8	3	0,6	4	0,8
Disponibilidad tecnológica	15%	4	0,6	5	0,75	5	0,75	4	0,6	4	0,6
Impacto	30%	4	1,2	2	0,6	5	1,5	4	1,2	3	0,9
	100%	TOTAL	3,80	TOTAL	2,80	TOTAL	4,10	TOTAL	3,65	TOTAL	3,40
Rango de calificación: 1 a 5											

Parámetros	Relevancia	3A		3B		3C		3D		3E	
Tiempo requerido	20%	4	0,8	4	0,8	3	0,6	4	0,8	1	0,2
Costo	15%	5	0,75	4	0,6	3	0,5	5	0,75	2	0,3
Didáctico	20%	4	0,8	4	0,8	4	0,8	3	0,6	4	0,8
Disponibilidad tecnológica	15%	5	0,75	4	0,6	5	0,8	4	0,6	3	0,45
Impacto	30%	3	0,9	4	1,2	4	1,2	4	1,2	2	0,6
	100%	TOTAL	4,00	TOTAL	4,00	TOTAL	3,80	TOTAL	3,95	TOTAL	2,35
Rango de calificación: 1 a 5											

Parámetros	Relevancia	4A		4B		4C		4D		4E	
Tiempo requerido	20%	3	0,6	4	0,8	3	0,6	2	0,4	4	0,8
Costo	15%	2	0,3	3	0,45	4	0,6	2	0,3	3	0,45
Didáctico	20%	4	0,8	4	0,8	4	0,8	4	0,8	3	0,6
Disponibilidad tecnológica	15%	4	0,6	4	0,6	3	0,45	4	0,6	4	0,6
Impacto	30%	3	0,9	4	1,2	4	1,2	4	1,2	4	1,2
	100%	TOTAL	3,20	TOTAL	3,85	TOTAL	3,65	TOTAL	3,30	TOTAL	3,65
Rango de calificación: 1 a 5											

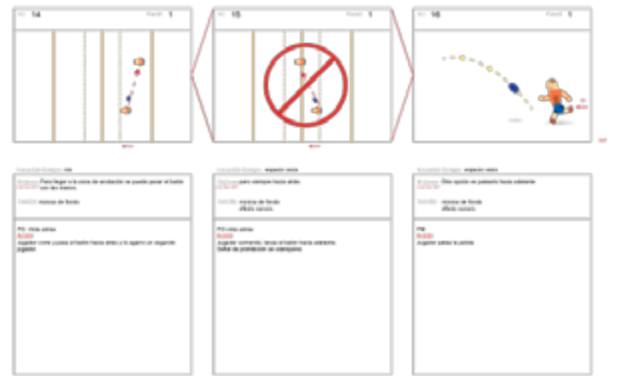
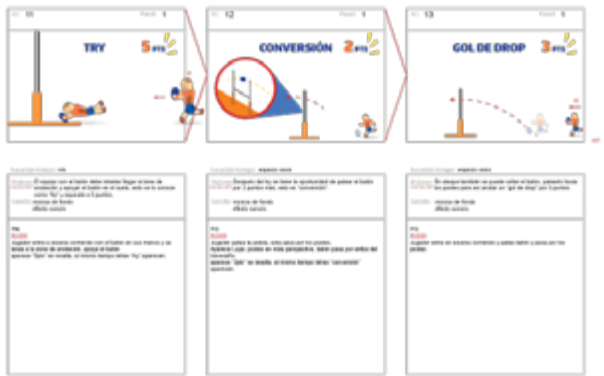
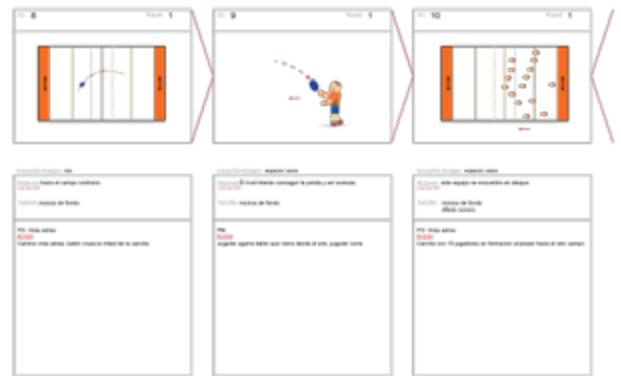
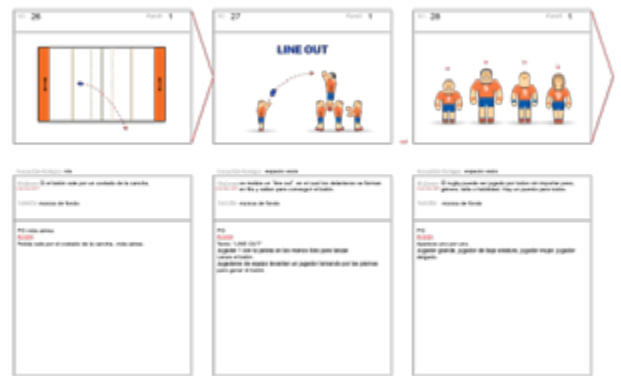
Anexo 6. Guiones para las animaciones.

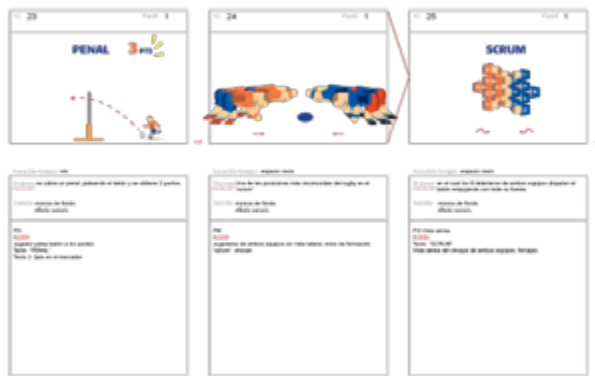
escena	DESCRIPCIÓN	VOZ EN OFF
1	Logo: Todos al rugby	
2	Bandera de Inglaterra Texto: 1823 Jugador patea balón redondo, corta distancia, lo recoge con las manos y corre	El Rugby es un emocionante deporte de contacto. Fue creado en Inglaterra en 1823 por William Webb Ellis.
3	Título: REGLAS BÁSICAS	
4	Texto: 2 EQUIPOS 15 JUGADORES Cancha de rugby con 15 jugadores	Son 2 equipos de 15 jugadores cada uno,
5	Texto: 40 minutos Reloj tipo cronometro	que compiten durante dos tiempos de 40 minutos
6	8 jugadores texto: FOWARDS 7 jugadores Texto: BACKS	Los equipos se componen de Fowards y de backs
7	Jugador patea balón ovalado	
8	Cancha vista aérea , balón cruza la mitad de la cancha	
9	Jugador agarra balón que viene desde el aire, jugador corre	El juego inicia cuando un equipo patea el balón hacia el campo contrario. El rival intenta conseguir la pelota y así avanzar, este equipo se encuentra en ataque.
10	Cancha con 15 jugadores que avanzan hacia el otro campo	
11	Texto: "TRY" Texto 2: 5pts en marcador Jugador corre y se lanza a la zona de anotación, apoya el balón.	El equipo con el balón debe intentar llegar al área de anotación y apoyar el balón en el suelo, esto se lo conoce como "try" y equivale a 5 puntos.
12	Texto: "Conversión" Texto 2: 3pts en marcador Jugador patea la pelota, esta pasa por los postes. Lupa: postes en vista perspectiva, balón pasa por arriba del travesaño.	Después del try se tiene la oportunidad de patear el balón por 2 puntos más, esto es "conversión".
13	Texto: Gol de drop Texto 2: 3pts en marcador Jugador patea balón y pasa por los postes	En ataque también se puede soltar el balón, patearlo hacia los postes para así anotar un "gol de drop" por 3 puntos.
14	Jugador corre y pasa el balón hacia atrás y lo agarra un segundo jugador	Para llegar a la zona de anotación se puede pasar el balón con las manos, pero siempre hacia atrás. Otra opción es patearlo hacia adelante para ganar espacio.
15	Jugador corriendo, lanza el balón hacia adelante. Señal de prohibición se sobrepone.	
16	Jugador patea la pelota	
17	Cancha vista aérea, señal de avance y resaltar un espacio del campo	
18	Jugador espera recibir el balón que viene desde el aire. Falla y la pelota rebota hacia adelante. Jugador baja la cabeza en señal de frustración. Texto: "KNOCK ON"	Si el jugador al momento de recibir el balón, este rebota o se cae hacia adelante, esto se llama "knock on".
19	Texto: Defiende Texto 2: ataque Cancha, vista aérea con 15 jugadores formados en defensa y 15 jugadores formados en ataque.	El equipo que defiende debe evitar el avance de los jugadores contrarios. "tacleando" o forcejeando hasta derribar al jugador. Un tackle no debe ser al cuello o la cabeza.
20	Texto: "TACKLE" Jugador 1 corre con balón Jugador 2 correa y taclea en la cintura a jugador 1 Ambos caen al suelo.	
21	Jugador 1 corre con la pelota	

	Jugador 2 corre y taclea a la cabeza del jugador 1 Aparece señal de prohibición.	
22	Arbitro pita una infracción	Si se cometió una falta grave se cobra un penal, pateando el balón y se obtiene 3 puntos.
23	Texto: "PENAL" Texto 2: 3pts en el marcador Jugador patea balón a los postes	
24	Jugadores de ambos equipos en vista lateral, inicio de formación "scrum", chocan	Una de las posiciones más reconocidas del rugby es el "scrum" en el cual los 8 delanteros de ambos equipos disputan el balón empujando con toda su fuerza.
25	Texto: "SCRUM" Vista aérea del choque de ambos equipos, forcejeo.	Si el balón sale por un costado de la cancha,
26	Pelota sale por el costado de la cancha, vista aérea.	se realiza un "line out", en el cual los delanteros se forman en fila y saltan para conseguir el balón.
27	Texto: "LINE OUT" Jugador 1 con la pelota en las manos listo para lanzar. Jugadores de equipo levantan un jugador tomando por las piernas para ganar el balón.	
28	Jugador de mayor peso, jugador de baja estatura, jugador mujer, jugador fornido.	El rugby puede ser jugado por todos sin importar peso, género, talla o habilidad. Hay un puesto para todos.
29	Texto: Respeto, integridad, disciplina, pasión, solidaridad.	
30	Logo: Todos al rugby.	

escena	DESCRIPCIÓN
1	Texto: rugby es
2	Texto: Integridad
3	Jugador 1 caído en suelo, Jugador 2 rival, le da la mano y se levanta
4	Texto: Pasión
5	Jugador corre con balón en sus manos en sol, lluvia, noche, y hace una anotación
6	Texto: Solidaridad
7	5 jugadores abrazados saltan felices, gritando.
8	Texto: Disciplina
9	Arbitro pita falta, jugador sonrío y asiente con la cabeza.
10	Texto: Respeto
11	Jugador 1 se abraza con jugador 2 rival, sonrío.
12	Logo: todos al rugby con slogan.
13	FIN

Anexo 7. Storyboards para las animaciones.





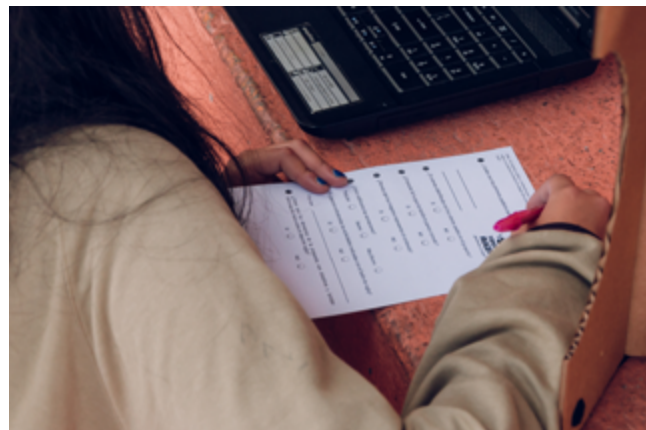
Anexo 7.1 Storyboard valores.





Anexo 8. Validación - Colegio Ecuatoriano Suizo.





Anexo 9. Encuestas - Colegio Ecuatoriano Suizo.

TITULO: "Mi diccionario, gráficos y multimedia para difundir el rugby y su práctica en gimnasios de colegios de la ciudad de Quito"

Test de validación del producto gráfico

EDAD: 15 H M

1. ¿Cuáles son las primeras palabras que se te vienen a la mente al ver el logo?

Fraternidad
Unión

2. ¿Te sientes identificado con los colores usados en el proyecto?

SI NO

3. ¿El tamaño de la guía de bolsillo te parece cómodo?

SI NO

4. ¿Piensas que las imágenes representan el contenido?

SI NO

5. ¿Como calificarías las animaciones?

Regular Bueno Muy Bueno

6. ¿Te parecen entretenidas las actividades realizadas con el balón de rugby?

SI NO

Por que nos ayudan a tener mejor salud

7. ¿Crees que los elementos de la propuesta son atractivos y brindan información clara sobre el deporte rugby?

SI NO

TITULO: "Mi diccionario, gráficos y multimedia para difundir el rugby y su práctica en gimnasios de colegios de la ciudad de Quito"

Test de validación del producto gráfico

EDAD: 15 H M

1. ¿Cuáles son las primeras palabras que se te vienen a la mente al ver el logo?

Unión
Juego

2. ¿Te sientes identificado con los colores usados en el proyecto?

SI NO

3. ¿El tamaño de la guía de bolsillo te parece cómodo?

SI NO

4. ¿Piensas que las imágenes representan el contenido?

SI NO

5. ¿Como calificarías las animaciones?

Regular Bueno Muy Bueno

6. ¿Te parecen entretenidas las actividades realizadas con el balón de rugby?

SI NO

Por que es un deporte interesante

7. ¿Crees que los elementos de la propuesta son atractivos y brindan información clara sobre el deporte rugby?

SI NO

TITULO: "Mi diccionario, gráficos y multimedia para difundir el rugby y su práctica en gimnasios de colegios de la ciudad de Quito"

Test de validación del producto gráfico

EDAD: 15 H M

1. ¿Cuáles son las primeras palabras que se te vienen a la mente al ver el logo?

Compañerismo
Compromiso

2. ¿Te sientes identificado con los colores usados en el proyecto?

SI NO

3. ¿El tamaño de la guía de bolsillo te parece cómodo?

SI NO

4. ¿Piensas que las imágenes representan el contenido?

SI NO

5. ¿Como calificarías las animaciones?

Regular Bueno Muy Bueno

6. ¿Te parecen entretenidas las actividades realizadas con el balón de rugby?

SI NO

Por que nos ayudan más unión en equipo

7. ¿Crees que los elementos de la propuesta son atractivos y brindan información clara sobre el deporte rugby?

SI NO

TITULO: "Mi diccionario, gráficos y multimedia para difundir el rugby y su práctica en gimnasios de colegios de la ciudad de Quito"

Test de validación del producto gráfico

EDAD: 15 H M

1. ¿Cuáles son las primeras palabras que se te vienen a la mente al ver el logo?

Unidad
Esforzo

2. ¿Te sientes identificado con los colores usados en el proyecto?

SI NO

3. ¿El tamaño de la guía de bolsillo te parece cómodo?

SI NO

4. ¿Piensas que las imágenes representan el contenido?

SI NO

5. ¿Como calificarías las animaciones?

Regular Bueno Muy Bueno

6. ¿Te parecen entretenidas las actividades realizadas con el balón de rugby?

SI NO

Por que es un muy buen deporte

7. ¿Crees que los elementos de la propuesta son atractivos y brindan información clara sobre el deporte rugby?

SI NO

T344. "El diseño, gráfico y multimedia para difundir el rugby y su práctica en gimnasios de colegios de la ciudad de Quilín"

Test de validación del producto gráfico
EDAD 15 H M

1. ¿Cuáles son las primeras palabras que se te vienen a la mente al ver el logo?

Juego
Juego



2. ¿Te sientes identificado con los colores usados en el proyecto?
SI NO

3. ¿El tamaño de la guía de bolsillo te parece cómodo?
SI NO

4. ¿Pienzas que las imágenes representan el contenido?
SI NO

5. ¿Como calificarías las animaciones?
Regular Bueno Muy Bueno

6. ¿Te parecen entretenidas las actividades realizadas con el balón de rugby?
SI NO
Por que Me entretiene

7. ¿Crees que los elementos de la propuesta son atractivos y brindan información clara sobre el deporte rugby?
SI NO

T344. "El diseño, gráfico y multimedia para difundir el rugby y su práctica en gimnasios de colegios de la ciudad de Quilín"

Test de validación del producto gráfico
EDAD 15 H M

1. ¿Cuáles son las primeras palabras que se te vienen a la mente al ver el logo?

unidad
equipo



2. ¿Te sientes identificado con los colores usados en el proyecto?
SI NO

3. ¿El tamaño de la guía de bolsillo te parece cómodo?
SI NO

4. ¿Pienzas que las imágenes representan el contenido?
SI NO

5. ¿Como calificarías las animaciones?
Regular Bueno Muy Bueno

6. ¿Te parecen entretenidas las actividades realizadas con el balón de rugby?
SI NO
Por que porque es una nueva actividad

7. ¿Crees que los elementos de la propuesta son atractivos y brindan información clara sobre el deporte rugby?
SI NO

T344. "El diseño, gráfico y multimedia para difundir el rugby y su práctica en gimnasios de colegios de la ciudad de Quilín"

Test de validación del producto gráfico
EDAD 15 H M

1. ¿Cuáles son las primeras palabras que se te vienen a la mente al ver el logo?

Unión
Equipo



2. ¿Te sientes identificado con los colores usados en el proyecto?
SI NO

3. ¿El tamaño de la guía de bolsillo te parece cómodo?
SI NO

4. ¿Pienzas que las imágenes representan el contenido?
SI NO

5. ¿Como calificarías las animaciones?
Regular Bueno Muy Bueno

6. ¿Te parecen entretenidas las actividades realizadas con el balón de rugby?
SI NO
Por que Me convierten con tus amigos

7. ¿Crees que los elementos de la propuesta son atractivos y brindan información clara sobre el deporte rugby?
SI NO

T344. "El diseño, gráfico y multimedia para difundir el rugby y su práctica en gimnasios de colegios de la ciudad de Quilín"

Test de validación del producto gráfico
EDAD 15 H M

1. ¿Cuáles son las primeras palabras que se te vienen a la mente al ver el logo?

propuesta
trabajo en equipo



2. ¿Te sientes identificado con los colores usados en el proyecto?
SI NO

3. ¿El tamaño de la guía de bolsillo te parece cómodo?
SI NO

4. ¿Pienzas que las imágenes representan el contenido?
SI NO

5. ¿Como calificarías las animaciones?
Regular Bueno Muy Bueno

6. ¿Te parecen entretenidas las actividades realizadas con el balón de rugby?
SI NO
Por que porque es un deporte que se practica usual en equipo

7. ¿Crees que los elementos de la propuesta son atractivos y brindan información clara sobre el deporte rugby?
SI NO

TEMA: "Se diseñaron, graficó y multiplicó para difundir el rugby y su práctica en parques de colegios de la ciudad de Quilín"

Test de validación del producto gráfico
EDAD: 16 H M

1. ¿Cuáles son las primeras palabras que se te vienen a la mente al ver el logo?

Unión
Percepción



2. ¿Te sientes identificado con los colores usados en el proyecto?

SI NO

3. ¿El tamaño de la guía de bolsillo te parece cómodo?

SI NO

4. ¿Pienzas que las imágenes representan el contenido?

SI NO

5. ¿Como calificarías las animaciones?

Regular Bueno Muy Bueno

6. ¿Te parecen entretenidas las actividades realizadas con el balón de rugby?

SI NO

Por que Por que parecen ser cosas dignas

7. ¿Crees que los elementos de la propuesta son atractivos y brindan información clara sobre el deporte rugby?

SI NO

TEMA: "Se diseñaron, graficó y multiplicó para difundir el rugby y su práctica en parques de colegios de la ciudad de Quilín"

Test de validación del producto gráfico
EDAD: 16 H M

1. ¿Cuáles son las primeras palabras que se te vienen a la mente al ver el logo?

Unión
Percepción



2. ¿Te sientes identificado con los colores usados en el proyecto?

SI NO

3. ¿El tamaño de la guía de bolsillo te parece cómodo?

SI NO

4. ¿Pienzas que las imágenes representan el contenido?

SI NO

5. ¿Como calificarías las animaciones?

Regular Bueno Muy Bueno

6. ¿Te parecen entretenidas las actividades realizadas con el balón de rugby?

SI NO

Por que si un deporte muy interesante

7. ¿Crees que los elementos de la propuesta son atractivos y brindan información clara sobre el deporte rugby?

SI NO

TEMA: "Se diseñaron, graficó y multiplicó para difundir el rugby y su práctica en parques de colegios de la ciudad de Quilín"

Test de validación del producto gráfico
EDAD: 16 H M

1. ¿Cuáles son las primeras palabras que se te vienen a la mente al ver el logo?

Unión
Percepción



2. ¿Te sientes identificado con los colores usados en el proyecto?

SI NO

3. ¿El tamaño de la guía de bolsillo te parece cómodo?

SI NO

4. ¿Pienzas que las imágenes representan el contenido?

SI NO

5. ¿Como calificarías las animaciones?

Regular Bueno Muy Bueno

6. ¿Te parecen entretenidas las actividades realizadas con el balón de rugby?

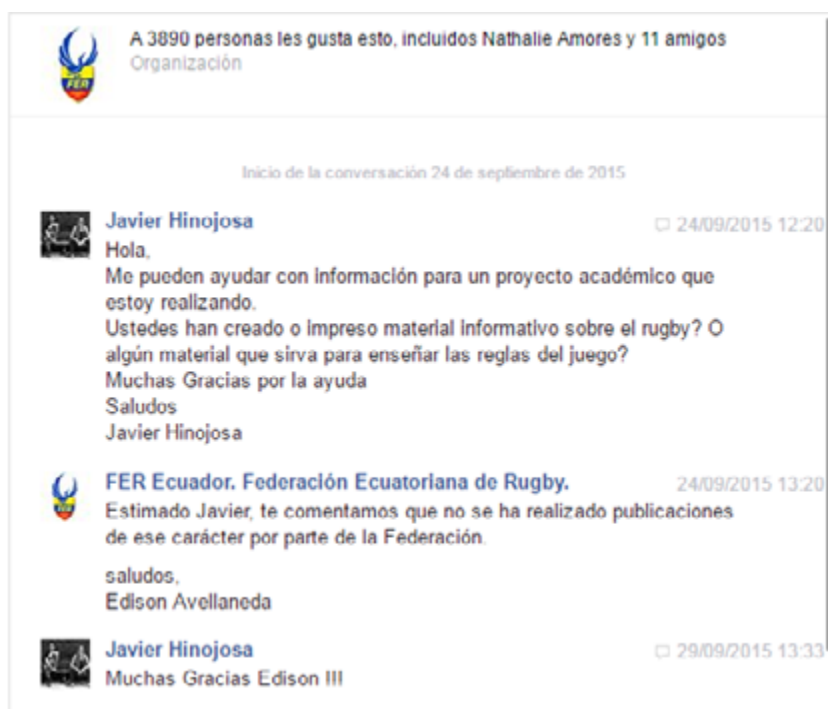
SI NO

Por que son cosas interesantes

7. ¿Crees que los elementos de la propuesta son atractivos y brindan información clara sobre el deporte rugby?

SI NO

Anexo 10. Comunicación personal, Septiembre 2015.



Anexo 11. Entrevista Mr Books

Fecha: 15 Mayo 2015

¿Tienen libros referentes a deportes?

Si, contamos con libros sobre deportes como fútbol.

¿Entre esos libros hay alguno que hable sobre Rugby?

No, ningún libro sobre eso.

¿Alguna vez han tenido material sobre este deporte Rugby?

No, nunca.

¿Alguna persona anteriormente ha preguntado sobre el Rugby?

En los últimos años un par de personas, pero pocas.

¿Cree usted que algún día dispondrán de este tipo de libros?

Es posible, esto depende de si existe una gran cantidad de interesados por este tema.

Anexo 12. Entrevista a entrenador de rugby, Luis Antonio Trujillo

Fecha: 26 Junio 2015

¿Cómo se involucró con el rugby?

Empecé a jugar hace un par de años en el equipo de Cerberos. Que los conocí por casualidad en un entrenamiento en la Carolina.

¿Cómo consiguió ser entrenador de rugby?

Me inscribí en el primer curso de Coaching y referato organizado por la Federación Ecuatoriana de Rugby.

¿A cuántos equipos entrena actualmente?

A dos equipos. Uno de mayores que son Búhos de la Politécnica Nacional. Y uno juvenil que es la Academia Militar Borja N°3.

¿Cómo fue la gestión para que ese colegio empiece a jugar rugby?

Yo soy ex alumno del Borja, y me llevo bastante bien con el rector, el Máster Fernando Morales. Por tal motivo le conversé sobre el rugby y como se jugaba y le interesó. A partir de ese momento coordinamos un día para yo presentar a los chicos que les interese.

¿Qué tipo de material visual usó para esa presentación?

Lo elaboré yo mismo, una presentación de Power Point, con fotos y videos bajados del Internet.

¿Cómo fue la reacción de los estudiantes del Borja al estar en la presentación?

Chévere, estaban emocionados y gracias a eso se los invitó a un juego de demostración un día sábado. Los que asistieron ese día se convencieron más y pedimos a la siguiente semana permiso al rector para que puedan entrenar en un horario extracurricular, porque ellos estudian en la tardes.

¿Actualmente, ellos siguen entrenando?

Si, entrenamos en el parque de La Carolina los días miércoles y viernes de 0930 a 1130.

¿Existe algún programa juvenil por parte de la Federación?

Si, recién hace unas semanas se compró el programa Get Into Rugby, que pertenece a la IRB. En este programa podemos acceder a ciertas actividades para guiar los entrenamientos de los chicos y evitar que se lesionen .

Anexo 13. Entrevista a rector de la Academia Militar Borja N°3, Msc. Fernando Morales.

Fecha: 29 Septiembre 2015

¿Tenía conocimiento del rugby?

No, yo conocí cuando el señor Luis Antonio se acercó a presentar el deporte aquí.

¿Actualmente que deportes se practican dentro de su institución?

A ver, el básquet, fútbol y tenis. Y ahora este grupo pequeño de rugby, que empezó hace unos meses.

¿Cómo fue el contacto de Luis Antonio con su institución?

Él es ex alumno del colegio, y él fue invitado a una reunión de ex alumnos. Ahí fue cuando me conversó sobre el rugby y se siguió analizando el tema, hasta que preguntamos a los chicos aquí dentro del colegio y su respuesta fue positiva. Con esta circunstancia se procedió a formar el club.

¿Cuándo se hizo la presentación que tipo de material se utilizó?

Él (Luis Antonio), trajo un video con diapositivas y luego les invitó a una demostración que se realizó fuera del colegio, en otras instalaciones. Habló, motivó.

¿A su parecer el material visual que se usó fue bueno?

Si bueno.

¿Cuándo usted vio esa presentación, logró entender el deporte?

Si las generalidades, si las entendí.

¿Después de conocer el deporte, cuál fue la motivación para permitir la práctica de este deporte en el colegio?

A ver, creo que el deporte es importante, que nuestros chicos deben practicar cualquier deporte. Y éste, nos venía bien puesto que los chicos buscaban algo nuevo. A mí me pareció bien y me di cuenta que les atrajo mucho el video, la exposición. Y uno quiere que ellos se sientan contentos en el deporte que practiquen.

¿Qué edad tienen los estudiantes que pertenecen al equipo de rugby?

Son del segundo y tercero de bachillerato. Es decir uno 16 a 18 años.

¿Hasta el momento que le ha parecido el equipo?

Bien, pero la verdad es que hace falta un campeonato

intercolegial como existen en los otros deportes. Esto les sirve de motivación y se debe propender a eso.

¿Usted recomendaría esta práctica a otros colegios?

Si, a mí me parece bien. Veo que se requiere destreza y trabajo en equipo. Lo único es que nosotros no tenemos una cancha donde puedan practicar dentro, pero a pesar de eso lo siguen jugando.