



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN JUAN
Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño

NOMBRE DEL TEMA

Diseño de Identidad Institucional y Promoción

TÍTULO

Escuela de Patinaje Artístico "Fantasías"

POR: LAZO, MARÍA DE LOS ÁNGELES

CÁTEDRA:

PROFESOR TITULAR: D.I. LEONARDO FICCARDI

PROFESORAS ADJUNTAS: D.G. VIVIANA LILLO
D.G. SANDRA PEREYRA

MARZO 2024
San Juan, Argentina

ÍNDICE

1. DIAGNÓSTICO / INVESTIGACIÓN	
1.1 Tema del proyecto	4
1.2 Título del proyecto	
1.3 Planteamiento del problema / Necesidad	
1.4 Justificación / Factibilidad	
1.5 Marco teórico y Marco Estilístico	
1.6 Briefing (estudio del cliente y destinatarios).....	22
1.7 Recopilación y análisis de antecedentes	25
2. IDEA	
2.1 Definición de Objetivos	28
2.2 Estrategias	
• <i>Estrategia de Comunicación</i>	
• <i>Estrategia Creativa</i>	
• <i>Estrategia de Medios</i>	
3. SOLUCIÓN	
3.1 Anteproyecto	31
4. REALIZACIÓN	
4.1 Proyecto	41
4.2 Informe técnico	
4.3 Contextualización	56
4.4 Bibliografía	70

1. DIAGNÓSTICO/ INVESTIGACIÓN

1.1 Tema del Proyecto

Diseño de Identidad Institucional y Promoción.

1.2 Título del Proyecto

Escuela de Patinaje Artístico "FANTASÍAS"

1.3 Planteamiento del Problema/ Necesidad

La Institución cuenta con muchos años dentro del rubro, siendo pioneros en el patinaje artístico en la provincia. Sin embargo presenta un problema de comunicación respecto a su identidad visual, no pudiendo comunicarla de manera efectiva y sistemática acorde a lo que representa.

1.4 Justificación/Factibilidad

En la actualidad, el deporte se considera uno de los sectores de mayor desarrollo en todo el mundo, con un crecimiento que se observa en medio de numerosas crisis nacionales e internacionales. Como resultado, el deporte ha atraído y sigue atrayendo una atención notable tanto de académicos como de profesionales.

Es por eso que desde el Ministerio de Turismo, Cultura y Deporte se ejecutan programas deportivos, actividades a beneficio y subsidios para promover la participación de escuelas deportivas y financiar la promoción de estas. Además de esto, "Fantasías" realiza actividades recreativas propias, bingos y exhibiciones para invertir en lo que la escuela necesite.

1.5 Marco Teórico

DISEÑO GRÁFICO EN EL DEPORTE

Igual que muchos de los ámbitos de la sociedad actual, el diseño gráfico aborda el mundo del deporte de muchas formas, desde su promoción, puesta en escena, hasta su divulgación. Pero ¿realmente es importante o necesario el diseño en el mundo del deporte? ¿Cuál es el papel del diseño gráfico en el deporte? ¿Cómo funciona? ¿Cuáles son sus canales más habituales de divulgación?

Es muy importante conocer el valioso papel del Diseño Gráfico dentro del marketing deportivo. Así mismo demostrar como es fundamental ya sea en la creación de una marca, en la identidad de un nuevo producto, el diseño de unos zapatos deportivos o el lanzamiento de una campaña publicitaria. Cualquiera que sea el caso el diseño aportará una parte esencial, la visual y estética. El Diseño Gráfico está presente cada día y en cada lugar en la época actual, lo vemos en la ropa que llevamos puesta todos los días, los señalamientos de tránsito, el envase del café que tomamos por la mañana o el uniforme de nuestro equipo favorito de futbol; Quentin Newark (2002) lo concibe como el más universal de las artes, como aquel que interviene en nuestro estado de ánimo, nos conmueve, nos inspira y crea la perspectiva de como vemos todo lo que nos rodea. El diseñador gráfico, en este caso,

tendrá como meta principal el comunicar, influenciar y convencer acerca de la idea o producto que se vende. Siempre tomando en cuenta tal como nos lo dice Joseph Müller-Brockmann que cualquiera que sea la información transmitida debe ser ética y culturalmente responsable con la sociedad a la que se dirige.

Con el branding, se crea la marca, el identificativo de un equipo deportivo, institución, evento o competición. Con una gran importancia, ya que la identidad visual recoge todos los valores que quieren transmitir y por lo que quiere ser recordada, llegando a hacer que muchas personas se puedan identificar con esa marca, siendo el caso de los equipos de fútbol.

La editorial, es esencial en el ámbito deportivo, ya que estos eventos no van a ser realizados de forma digital, y por lo tanto requiere de imprenta, cartelería, folletos, revistas, periódicos y todo lo necesario para estar informado tanto antes de asistir a eventos, como durante ellos. Y por supuesto, gracias a la labor del diseño gráfico, recordarlo de forma única. Sin alejarnos del ámbito digital, el deporte tiene una grandísima presencia e interacción constante en las redes sociales sobre una marca o evento deportivo, con una publicidad que si bien está ligada al marketing, no hay que dejar de lado los aspectos gráficos por los que también destaca sobre el resto.

Los complementos y ropa deportiva es un gran foco de mercado de este sector, además de un uso visual y habitual de la marca, se busca destacar sobre el resto de los deportistas y a su vez utilizarlo de reclamo publicitario. En la rama del Motion Graphics el deporte destaca y resalta el movimiento por encima de todo. Lo podemos ver habitualmente en cortinillas de programas deportivos y anuncios para redes o televisión.

Las empresas y organizaciones se han dado cuenta de que hoy en día existe una fuerte relación entre el público y el deporte como espectáculo, no solamente asistiendo a los estadios y arenas, también siguiéndolos por medio de la televisión, radio, Internet e incluso en salas de cines. Cabe mencionar que dicha relación no se limita solo a que el público sea un simple espectador. El marketing deportivo ha logrado que el espectador tenga un papel activo dentro del deporte. Es aquí donde se hace notar la diferencia entre lo tangible e intangible que puede comercializar el marketing deportivo. Como intangible estarán obviamente los espectáculos deportivos, los eventos o funciones en vivo, presenciales o no, el espectador es partícipe de ellos. Lo tangible, serán todos los productos deportivos o promovidos a través del deporte. Los clubes deportivos, las marcas que los auspician y las empresas relacionadas al deporte ya sean de ropa, accesorios o incluso medios de comunicación como canales de televisión y estaciones de radio. Saben que el espectador está siempre a la espera de nuevos productos de su equipo o deportista favorito, algo que los conecte o los haga sentir en contacto con ese personaje, club o marca con la que se sienten identificados.

En este caso, el diseño gráfico cuenta con elementos muy importantes, no basta con una fotografía o representar una gran marca deportiva. El uso correcto de color, tipografía y composición, por nombrar algunos, serán la esencia de la comercialización del producto o servicio. Existen muchos ejemplos de productos y de como estos se ofrecen a los consumidores mediante el marketing deportivo y el diseño gráfico, no importa si se trata de fútbol, basquetbol, golf, béisbol, este fenómeno está siempre presente. En la época de los 90's por ejemplo, Michael Jordan se consolidó como el mejor basquetbolista del mundo. Su imagen comenzó a comercializarse y terminó convirtiéndose incluso en una marca de jerseys, zapatos deportivos, videojuegos y campañas publicitarias de marcas internacionales como Coca Cola, McDonalds y Nike que utilizaban su imagen para promocionar sus productos. Hoy en día se comercializa con una gran cantidad de deportistas y equipos de todo el mundo, tales como Cristiano Ronaldo, Lionel Messi, Tiger Woods, Roger Federer, Usain Bolt y franquicias deportivas como Yankees, Real Madrid, Lakers, entre otros. Incluso los grandes eventos como el mundial de fútbol, la serie mundial de beisbol o el Super Bowl causan un gran interés en los espectadores y por ello las grandes compañías se convierten en patrocinadores de dichos espectáculos, generando grandes ganancias por medio de las ventas de productos y pago por eventos.

En cualquiera de los ejemplos nombrados anteriormente será pieza fundamental el diseño gráfico. Cuando hablamos de los productos netamente deportivos o promovidos a través del algún deporte, estamos hablando también de su empaque, el logotipo, la etiqueta, el diseño del mismo producto y toda la publicidad que se desarrolla para comercializarlo. Es por ello que sería imposible poder estar hablando del marketing deportivo sin la existencia y participación del diseño gráfico.

Desde el nacimiento de las Copas del Mundo de fútbol el diseño de carteles ha sido parte fundamental del evento. El primer cartel de una justa mundialista fue diseñado por el artista Uruguayo Guillermo Laborde en 1930. El diseño gráfico ha venido acompañando los campeonatos mundiales de fútbol, escribiendo una historia a través de los años. Sus carteles han sido una referencia de las tendencias de la época. Aunque algunos puedan parecer poco funcionales o incluso feos, lo importante es que durante todas las ediciones de esta justa deportiva, el diseño del cartel ha estado siempre presente.

Un ejemplo de lo que puede hacer el diseño deportivo está en los Juegos Olímpicos del 68 que marcaron el establecimiento del Diseño Gráfico como profesión en México. La visión de Pedro Ramírez Vázquez, su capacidad de ejecución y liderazgo, la creatividad y dirección de Lance Wyman, así como de todos los diseñadores, de Eduardo Terrazas, de Jesús Vírchez, la conformación de un equipo de trabajo abierto, heterogéneo, lograron darle forma a un evento de clase mundial y dejar un legado que hoy reconocemos como la primer muestra de diseño gráfico de México para el mundo. México 68 fue la primera olimpiada en presentar recursos iconográfi-

cos completos como parte de la imagen. La identidad era tan fuerte y característica, que influyó no solo en el diseño gráfico, sino también en la moda.

El deporte como marca

Como se ha podido ver el diseño digital tiene una gran cantidad de herramientas para dar mayor valor y captar la atención del público, gracias a lo cual el deporte pasa a convertirse en una marca además de un estilo de vida. Por ello la importancia de una identidad corporativa para cualquier sector del ámbito deportivo es crucial para tener éxito, generar clientes y fidelización, gracias al diseño de su imagen. Por supuesto, y al igual que en otros sectores, el diseño gráfico deportivo sigue sus propias tendencias, debido al público objetivo al que se dirige. Siguiendo una línea visual generalmente dinámica, con colores planos y llamativos, para poder ser impresos a grandes escalas o en ropa y unas tipografías lecturables y modernas.

La psicología de la afición deportiva

Es necesario preguntarnos ¿por qué la gente se convierte en un ferviente partidario de un equipo deportivo en particular? ¿Es simplemente el resultado de su desempeño en el campo, o hay algo más profundo en el trabajo?

Para muchas personas, los deportes van más allá de ser simplemente un juego: también son una vía para conectarse con los demás y sentirse incluidos en algo más grande que uno mismo.

Un estudio de la Universidad de Kansas encontró que aquellos que se identifican fuertemente con una organización deportiva ganan autoestima y felicidad al asociarse con otros fanáticos. Apoyar a este tipo de equipo puede dar a uno un sentido de identidad y propósito y proporcionar salidas como el entusiasmo y la emoción. Esta conexión emocional entre las bases de aficionados es poderosa entre los devotos de equipos más pequeños o menos exitosos; estos seguidores pueden sentir solidaridad entre sí debido a éxitos o fracasos similares compartidos por todos los miembros de su grupo. Este mayor vínculo se traduce en lealtad hacia dichos escuadrones y en esfuerzos de defensa realizados en su defensa.

Además de fomentar la comunidad, la marca efectiva ayuda a crear una cultura en torno a las organizaciones que resuena emocionalmente entre los clientes utilizando valores que reflejan los suyos, formando lo que técnicamente podría considerarse una extensión de sus personalidades.

De hecho, según una investigación realizada por la Asociación de Marketing Deportivo, más del 80% informó tener tales conexiones cuando se le preguntó sobre los atletas/equipos favoritos, lo que indica un intenso compromiso del público objetivo si las marcas alinean adecuadamente los objetivos del mensaje junto con ellos.

Pero el éxito puede ser un desafío: los expertos en marketing deben comprender los desafíos únicos que se ven en toda la industria del deporte, donde existen ventanas limitadas para causar impresiones antes de eventos como las Copas del Mundo o los Juegos Olímpicos, donde se ha captado toda la atención entre la audiencia global. La estrategia de elaboración permite aprovechar el poder experimentado durante los momentos críticos, creando un recuerdo duradero y una relación entre el club/jugador y el público por igual.

ESCUELAS DEPORTIVAS E IDENTIDAD

Las escuelas deportivas son centros de carácter formativo donde los niños, niñas y jóvenes entre los 5 y 17 años inician el aprendizaje, fundamentación y especialización de un deporte. (IDRD Escuelas Deportivas, Bogotá 2009). Se definen también como estructuras curriculares de carácter pedagógico y proceso de formación deportiva organizada por ciclos, encargadas de contribuir a la formación física, intelectual, afectiva y social de los niños y jóvenes deportistas, propósito que se logra a través de programas sistemáticos que permiten adquirir una disciplina deportiva y de acuerdo con los intereses el deporte como salud, recreación y rendimiento.

En cambio los clubes son asociaciones privadas integradas por personas físicas o jurídicas, los cuales tienen como objetivo la promoción y la práctica de un deporte por sus asociados, así como la participación activa en las diferentes actividades y competiciones deportivas por parte de estos.

De acuerdo a Sánchez (2014), las escuelas de formación deportiva son creadas para aprovechar el tiempo libre de los niños y jóvenes y para ello se parte de la necesidad de ofrecer espacios y actividades lúdicas que conlleven al disfrute, esparcimiento, socialización, participación e integración, contribuyendo en el niño o niña un equilibrio en su salud física e intelectual, por tanto, se emplea ese tiempo libre para promover una formación integral. Romero (2000) realizó una clasificación de las distintas escuelas deportivas, haciendo énfasis en el proceso de aprendizaje deportivo:

- Escuelas deportivas de formación. Están conectadas con los centros escolares, responden a las finalidades educativas de los mismos, por lo que deberían estar incluidas en los proyectos de las instituciones.
- Escuelas deportivas de competición. Son aquellas cuya finalidad es alcanzar un buen nivel de competición en el deporte correspondiente.
- Escuelas deportivas de ocio-recreación. Estas deben responder a la filosofía del "deporte para todos", es decir, al estar al alcance de todos y no discriminar a nadie (García, 2011).

Por otro lado tenemos la definición de Identidad e Imagen Corporativa.

Según la RAE "Identidad" es:

- *Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás.*

- *Conciencia que una persona o colectividad tiene de ser ella misma y distinta a las demás.*

Según el diseñador gráfico Luciano Cassisi es:

La autopercepción de un sujeto: ¿cómo este se percibe a sí mismo? La definición de la propia identidad implica un ejercicio introspectivo y, por lo tanto, no se puede determinar en forma externa al sujeto. La identidad es aquello que el sujeto piensa de sí mismo. En el caso de una organización sería aquello que su gente, sus directivos, piensan sobre esta.

Y tenemos al comunicólogo y diseñador Joan Costa refiriéndose al concepto de empresa como:

“Todo grupo humano que emprende proyectos y acciones sobre su entorno. La actitud emprendedora implica que ésta afectará el entorno social, material, cultural, económico” (Costa, 2009, p. 43) Empresa, puede ser por tanto una institución, una fundación, una industria, una entidad comercial de servicios, una organización sin ánimo de lucro, una administración pública o un gobierno.” (Costa, 2009, p. 44)

Al considerar este concepto amplio de empresa, podremos entender la importancia de una imagen corporativa alineada con la identidad de la organización en cualquier contexto, incluyendo los clubes y escuelas deportivas. Si bien, es común asociar la imagen de una empresa con el conjunto de elementos visuales que la identifican, ya sea su logo, su paleta de colores, símbolos y hasta sus tipografías, es importante comprender que el concepto abarca mucho más que solo estos aspectos visuales.

Entenderemos la imagen corporativa como el conjunto de percepciones y sensaciones que nos genera la misma. *“La imagen de empresa es la representación mental, en el imaginario colectivo, de un conjunto de atributos y valores que funcionan como un estereotipo y determinan la conducta y opiniones de esta colectividad.” (Costa, 2009, p. 53)*

La gestión de marca y branding para clubes y escuelas deportivas se enfoca en la importancia creciente que tienen como productos de entretenimiento y que tienen un potencial de comercialización cada vez mayor. Los clubes deportivos profesionales y semi-profesionales están en la actualidad obligados a construir una imagen de marca que permita la explotación de nuevas vías de negocio como patrocinio, merchandising ó ticketing.

Los aficionados al deporte no consumen siguiendo pautas de manera racional, en la mayor parte de los casos el componente emocional, de los sentimientos y las sensaciones es el factor de decisión de compra fundamental. Así pues la identidad visual y el copywriting, por ejemplo, nos van a ayudar en el posicionamiento y diferenciación del club deportivo como una marca en el mercado frente a nuestros competidores.

La construcción de la marca deportiva se hace a diario , con el relato y a través de contenidos .Y esos contenidos que no solo deben tener información y calidad sino que también deben ir construyendo marca.

Sin embargo un club o escuela deportiva no puede ser tratada como un producto más y la estrategia de marketing debe estar personalizada y encajada en los valores y la historia de la institución. La correcta definición de la imagen de marca del club deportivo va a ser fundamental para alcanzar el éxito en su implantación y en los beneficios que su gestión nos vaya a generar .

Por otro lado la integración del diseño gráfico en la educación se percibe como esencial para potenciar la creatividad y motivación de los estudiantes. Se aborda desde la conceptualización y análisis curricular de la pedagogía del color hasta las técnicas didácticas que mejoran los entornos de aprendizaje, recreación y reflexión. La estructura de la obra refleja la transversalidad educativa, organizando los capítulos en consecuencia.

Dentro del marketing deportivo y educativo se hace importante el Diseño Gráfico por varias razones:

- **Atrae la atención:** Los materiales visuales llamativos y de alta calidad captan la atención del público objetivo, especialmente en un mundo saturado de información.

- **Comunica de forma efectiva:** El diseño permite comunicar mensajes complejos de forma clara, concisa y memorable.

- **Genera emociones:** Las imágenes y los colores pueden crear una experiencia emocional que conecta con el público objetivo y despierta su interés.

- **Fortalece la marca:** Un diseño gráfico consistente y profesional ayuda a crear una identidad visual sólida para la institución educativa.

- **Impacto Visual en la Primera Impresión:** El diseño gráfico es la primera impresión que un posible estudiante o padre de familia tiene de una institución educativa. Un diseño visualmente atractivo crea una conexión instantánea y positiva, generando interés desde el primer contacto.

- **Diferenciación en un Mercado Competitivo:** En un entorno educativo cada vez más competitivo, la diferenciación es clave. Un diseño gráfico único y bien elaborado ayuda a destacar la institución entre la multitud. Colores, tipografías y elementos visuales distintivos contribuyen a forjar una identidad única.

- **Transmisión Efectiva de Mensajes:** Las personas procesan la información visual de manera más rápida y efectiva que el texto. El diseño permite transmitir mensajes complejos de manera clara y concisa. Carteles, folletos y material gráfico en redes sociales son herramientas valiosas para comunicar los valores, programas y ventajas de la institución.

- **Alineación con la Identidad Institucional:** No solo se trata de lo estéticamente agradable, también debe reflejar la identidad y los valores de la institución. Colores que transmitan seriedad o creatividad, tipografías que denoten modernidad

o tradición; cada elección debe estar alineada con la personalidad de la institución.

- **Atractivo en Plataformas Digitales:** Desde redes sociales hasta el sitio web de la institución, el diseño cobra vida en un formato digital. Gráficos optimizados para web, banners interactivos y contenido visual atractivo aumentan la visibilidad y el compromiso en línea.

- **Fomento de la Participación de los Padres:** El diseño también juega un papel crucial en involucrar a los padres en la vida educativa de sus hijos. Invitaciones a eventos, boletines informativos y presentaciones visuales en reuniones son elementos que pueden mejorar la participación y la conexión entre la institución y los padres.

PATINAJE ARTÍSTICO

El Patinaje Artístico es una disciplina deportiva donde los atletas realizan acrobacias, piruetas y otros ejercicios técnicos utilizando patines sobre ruedas en piso o sobre cuchillas en hielo. Requiere una buena preparación física y una gran capacidad de concentración.

Como la mayoría de las cosas, el patinaje sobre hielo surgió de la necesidad. Los historiadores creen que el patinaje sobre hielo se originó en Finlandia hace unos cuatro mil años. ¿Por qué? Para conservar la energía durante los largos viajes en el frío invierno.

Con el tiempo, los primeros patinadores sobre hielo quisieron mejorar la experiencia y, para ello, añadieron cuchillas de acero afiladas a la parte inferior de sus patines. Antes de la introducción de las cuchillas de acero, los patines estaban hechos de madera o hueso. Con la innovadora introducción de los patines de acero, los patinadores pudieron deslizarse por el hielo. Sin embargo, este diseño no duró mucho tiempo.

En el siglo XIII o XIV, los holandeses inventaron el diseño de patines que, en esencia, se sigue utilizando hoy en día. Añadieron bordes a la cuchilla del patín de hielo, lo que permitía al patinador cortar el hielo que patinaba en lugar de deslizarse sobre él. Aunque el diseño de la cuchilla ha permanecido igual, se han desarrollado nuevas técnicas para fabricar y atar los patines de hielo.

Interesantemente, el patinaje sobre hielo era una actividad para las masas. Se observó que personas de todos los estatus económicos disfrutaban del patinaje como un pasatiempo social. Esto se ve mejor a través de las pinturas clásicas de los pintores conocidos como los 'Viejos Maestros' (el más famoso el artista holandés, Hendrick Avercamp), pinturas de los siglos XVI y XVII donde figuran patinadores en lagos y canales helados.

También es interesante señalar que el patinaje sobre hielo era popular en China, lo que demuestra su aparición durante la dinastía Song, que estuvo en el poder desde el año 960 hasta el 1279.

Es natural que después de que el patinaje sobre hielo se convirtiera en una actividad común en todo el mundo, comenzara a ser reconocido como un deporte atlético. Sin embargo, antes de que se convirtiera en un deporte organizado, los «clubes» de patinaje se hicieron populares. En 1740, el Edinburgh Skating Club se convirtió en el primer club de patinaje reconocido oficialmente.

Esta introducción de los clubes de patinaje popularizó el patinaje sobre hielo entre la aristocracia de todo el continente europeo. Y aunque algunos piensan que estos clubes de patinaje se dedicaban al patinaje de velocidad, en realidad fueron los inicios del patinaje artístico. Para ser miembro, había que demostrar que se podía patinar en círculo con cada pie y que se podía saltar por encima de varios sombreros en el hielo.

Para el año 1733 el holandés Hoans Brinker ideó y construyó la primera rueda metálica para patines, de esta manera el patinaje tendría el auge que ha adquirido en nuestros días, con sus cuatro disciplinas (hockey sobre patines, patinaje artístico, patinaje de velocidad y hockey línea) que han originado un “boom” no solamente en lo deportivo sino también en lo comercial. Estas ruedas fueron colocadas bajo un rudimentario patín con llanta metálica y preparada por un industrial zapatero belga, Joseph Lundsen.

Pero el proyecto del patín se dejó de lado por las muchas imperfecciones que presentaba, quedando para el olvido y como anécdota.

La historia nos habla de otros inventores de ruedas pero es en 1813 cuando Jean Garcin, construyó unas ruedas de madera que patentaría dos años después con notable éxito. Más tarde, en 1867, el invento de Jean Garcin fue recogido por unos industriales británicos que, previamente perfeccionado, lo presentaron y expusieron en la Feria Mundial de París. Este proyecto fue patentado en Nueva York por James Leonard Plinton, con el acoplamiento de un mecanismo de frenado consistente en un taco de caucho en la parte delantera.

¿Cómo se convirtió en deporte?

Es difícil precisar dónde se originó exactamente el patinaje de competición. Se sabe que las carreras de patinaje sobre hielo eran una actividad habitual. Una vez que los canales y vías fluviales se congelaban, hombres, mujeres y niños por igual corrían en patines, compitiendo por premios como dinero, comida o accesorios.

A finales del siglo XVI, tras la introducción de los patines metálicos, las carreras de patinaje sobre hielo cobraron protagonismo en los Fens, una llanura costera de Inglaterra. Aquí existía una moderna estructura de torneos en la que los ganadores de las pequeñas carreras competían en lo que llamaban los Grandes Campeonatos, donde los grandes premios en metálico eran el incentivo. Además, se dice que estas carreras del campeonato atraían a miles de espectadores.

Unos 300 años después de la popularización del patinaje de competición en los Fens, se formó la Asociación Nacional de Patinaje. Fue creada por patinadores profesionales en 1879, y marcó la primera organización de patinaje sobre hielo organizada a nivel nacional.

Surge el patinaje artístico

En 1772, antes de la creación de la Asociación Nacional de Patinaje, se publicó el primer libro sobre patinaje artístico. Escrito por Robert Jones, detallaba los primeros movimientos del patinaje artístico, como el círculo y el ocho. Aunque algunas personas pueden pensar que el patinaje artístico es un deporte practicado predominantemente por mujeres, este libro en realidad estaba destinado exclusivamente a los hombres, ya que no era «normal» que las mujeres patinaran hasta finales de 1700, después de la publicación del libro.

En un principio, el patinaje artístico se centraba en las líneas que se creaban en el hielo, de ahí que la figura del ocho y el círculo fueran el foco del primer libro de instrucciones. Sin embargo, el patinaje artístico tal y como lo conocemos hoy en día puede atribuirse a un patinador sobre hielo estadounidense llamado Jackson Haines. En lugar de centrarse exclusivamente en las huellas que se dejan en el hielo al patinar, Haines incorporó al patinaje movimientos de ballet y otros inspirados en la danza, creando así el estilo de patinaje artístico que conocemos hoy en día.

Trece años después de la creación de la primera organización nacional de patinaje, se formó la Unión Internacional de Patinaje. Este podría considerarse el acontecimiento que hizo del patinaje artístico un deporte reconocido y oficial. Esta organización creó una lista estandarizada de reglas para las competiciones de patinaje artístico, y también supervisó las competiciones oficiales de patinaje de velocidad.

La Unión Internacional de Patinaje celebró la primera competición oficial de patinaje artístico a nivel mundial en 1896, y el ganador fue Gilbert Fuchs, uno de los cuatro competidores. Durante esta época, las mujeres aún no ocupaban un lugar destacado en la escena del patinaje artístico. Sin embargo, Madge Seyers compitió en el campeonato mundial de 1902, logrando el segundo puesto. Como resultado, la Unión Internacional de Patinaje prohibió que las mujeres compitieran contra los hombres, y estableció un campeonato separado para las mujeres.

Poco después de que esto sucediera, el patinaje por parejas se convirtió en un campo propio, cimentándose en el repertorio del patinaje artístico de competición.

En 1908 se convirtió oficialmente en el primer deporte de invierno que se añadió a los Juegos Olímpicos.

Con el paso del tiempo, el patinaje artístico fue ganando protagonismo y atrajo la atención de los medios de comunicación. Rápidamente se convirtió en una forma de entre-

tenimiento extremadamente popular, con millones de personas sintonizando para ver las competiciones televisadas. El patinaje artístico televisado puso énfasis en la denominación de patinaje libre del deporte, lo que aumentó rápidamente el atletismo y el espectáculo de las actuaciones de patinaje artístico.

Ahora, el patinaje artístico es uno de los deportes de invierno más populares, si no el deporte en su conjunto, en todo el mundo. Sigue siendo uno de los principales focos de la competición internacional y también ha inspirado innumerables películas, programas de televisión y mucho más.

Disciplinas

El patinaje artístico sobre ruedas se divide en las siguientes disciplinas competitivas:

Figuras Obligatorias / Escuela

El patinaje de figuras consiste en patinar sobre un trazado circular deslizando alternativamente sobre los patines, intercalando ciertos giros y maniobras. La figura se realiza dos o tres veces sobre cada pie y se valora la precisión y la consistencia en el trazado. Las figuras pueden ser simples o combinadas. Las figuras obligatorias son ejercicios realizados sobre círculos de diferentes tamaños dibujados en la pista que se recorren en un solo pie respondiendo a las dificultades características de cada figura. Son fundamentales para el dominio de todas las disciplinas del patinaje, ya que aquí se aprenden todas las curvas con sus respectivos filos y giros. Se ejecutan sobre dos o tres círculos tangentes y unidos, centrados sobre una misma recta. Existen círculos de 2,40 metros, de 5 metros y de 6 metros de diámetro.



Libre

En esta especialidad se combinan saltos, trompos, pasos de transición en conjunto con una interpretación coreográfica, siguiendo una música y utilizando elementos técnicos de mayor complejidad e, incluso, emplea elementos técnicos de las otras disciplinas (figuras obligatorias y danza) para crear elementos propios. Es la disciplina inicial con la cual se comienza a patinar.

Danza Obligatoria / Danza Libre

Esta disciplina involucra la ejecución de todo tipo de pasos, tanto los homologados internacionalmente como los novedosos que cada patinador pueda aportar, acompañándolos con el movimiento de todo el cuerpo para llegar a la ejecución de una verdadera danza en su sentido más absoluto.

Las danzas obligatorias han sido creadas por distintos patinadores y entrenadores alrededor del mundo con un lenguaje universal y constan de pasos con una ubicación determinada en la pista, patinadas con una música también prescrita y -en el caso de las parejas-, también con posiciones (agarres) obligatorias.

En el caso de la danza libre, cada categoría posee por reglamento un grupo de ítems a cumplir, los cuales serán comparados por el jurado en la instancia competitiva, pero tienen





la libertad de elección tanto de su música como del orden y ubicación en la pista de los mismos.

Parejas

Está formada por un hombre y una mujer, se encuentra dentro de las disciplinas Libre y Danza. En cuanto a Libre deben sincronizar sus rutinas, con giros y saltos, elevaciones y acrobacias. Las modalidades dependen de la categoría y del nivel de los participantes. En cuanto a Danza se dividen en Libre y Obligatoria, de igual manera que en la modalidad en solitario, deben realizar movimientos de marchas, valeses, fox trot, tangos y pasodobles. Debe ser una rutina llena de armonía, percepción espacial y creatividad.



Presición

Esta disciplina se basa en un grupo de dieciséis personas patinando como una. Mismos pasos, cabezas iguales, piernas libres tan parejas como sea posible, formaciones claras y el unísono como objetivo primordial. Se necesita mucha coordinación, concentración y sincronización.



Show

El patinaje de grupal Show es una modalidad que se practica en equipos conformados por un mínimo de seis a un máximo de doce integrantes (Grupos Pequeños) y un mínimo de dieciséis hasta un máximo de treinta participantes (Grupos Grandes).

Además, pertenecen a esta especialidad, los cuartetos. Su singularidad, que la diferencia de cualquier otra vertiente del patinaje, es su teatralidad y espectacularidad, pues esta disciplina consiste principalmente en transmitir una idea, concepto o historia a través de una coreografía y una puesta en escena única. En definitiva, se trata de una modalidad cautivadora, que mezcla el dominio de la técnica del patinaje con la expresión artística.



InLine

El patinaje artístico en línea o inline (PAL) es una disciplina novedosa que no es muy conocida todavía. Para realizarlo se aprovecha la bota de patinaje sobre hielo pero cambia la cuchilla por una guía con 3 o 4 ruedas, además del freno delantero que permite al patinador "picar" con la punta y lanzar saltos y piruetas.

Así como en las demás disciplinas, se conjugan técnicas deportivas (patinaje, gimnasia, ballet) con facetas artísticas (música, coreografía, interpretación, mímica y baile). Se practica individualmente, en parejas o en grupos que pueden ser mixtos y comparte con el patinaje artístico sobre hielo la elegancia, velocidad, energía y sensibilidad, pero con la ventaja de poder practicarse sobre cualquier piso y espacio urbano sin necesidad de grandes infraestructuras.

Algunas Películas Populares

1) Yo, Tonya (2017): Basada en la vida de Tonya Harding, la primera mujer estadounidense en completar un salto de triple axel en competición de patinaje sobre hielo en 1991.

2) Roller Boogie (1979): En Beverly Hills, una muchacha llamada Terry Barkley vive con sus padres una vida acaudalada y rodeada de lujos. Terry va a una pista de patinaje y allí conoce a Bobby James, un experto patinador de quien se enamora.

3) Roller Blade (1986): En el futuro los rebeldes se enfrentan a los estados fascistas y un grupo de patinadores llamados "Roller Blade" serán encargados de enfrentarse a los capitalistas.

4) Patinando con el corazón (1998): El joven Brink, es un perfecto patinador que pasa muy buenos momentos con su pandilla de amigos practicando su deporte favorito. Un día le ofrecen la posibilidad de ganar fama y dinero si colabora con una revista.

5) Amor de campeones (1979): Dos adolescentes se involucran sentimentalmente mientras entrenan para un campeonato de patinaje.

6) Skating to New York (2013): Un grupo de adolescentes se aventura en un viaje en patinaje sobre hielo desde Canadá hasta Nueva York.

7) Pasión por el triunfo: (1992): Un jugador de hockey sobre hielo sufre una lesión. Ya no podrá volver a jugar, pero se presenta ante sus ojos un deporte alternativo en el que nunca había pensado: el patinaje artístico.

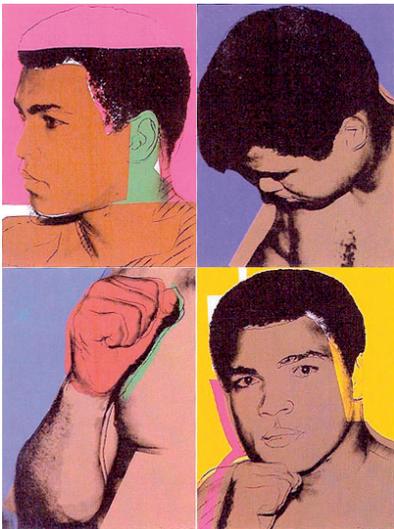
8) Castillos de hielo (1978): Una patinadora sobre hielo inexperta, pero naturalmente dotada, hace un debut espectacular en el mundo del patinaje antes de encontrarse con un evento que posiblemente podría descarrilar sus esperanzas y sueños.

9) Roller Girls (2009): Bliss Cavendar, una adolescente alternativa, se involucra en el patinaje de roller derby.

10) Finders Keepers (1984): Un tipo se ve involucrado en un robo en el momento en que estaba intentando huir de un equipo femenino de patinaje sobre ruedas.

11) Kansas City Bomber (1972): KC Carr es una patinadora de roller derby, que trata de equilibrar sus deseos de una vida personal feliz y sus sueños de estrellato.

12) Ruedas de fuego (1950): Un joven huérfano sueña con ser una estrella de las carreras de patines. Cuando logra el título de campeón llegan los honores y las novias de pega. Sin embargo, cuando se ve afectado por la enfermedad de la polio y pierde sus facultades para patinar, se dará cuenta de quienes son sus verdaderos amigos.



Muhammad Ali por Andy Warhol



Pop Art Soccer, por Anthony Matos



BMW modelo M1 pintado por Andy Warhol que participó en Las 24 horas de Le Mans en 1979



Cartel de Leroy Newman

Deporte y Arte

En la cuna de la civilización occidental, la Antigua Grecia, el Arte y el Deporte se encontraron de forma natural, por eso los Juegos Olímpicos eran la ocasión en que músicos y poetas cantaban a los atletas y por esa razón el "Discóbolo" de Mirón es una de las más excelsas obras maestras de la historia de la escultura.

La Edad Media y la Edad Moderna significaron un olvido de esa relación estrecha, quizás porque los deportes físicos no tuvieron en esas épocas una práctica generalizada e institucionalizada. Los ejercicios ligados a la actividad bélica y cinegética, a la guerra y a la caza, fueron objeto de innumerables representaciones plásticas durante el medioevo.

En los albores de la contemporaneidad cuando se recuperó esa intensa y natural vinculación de deporte y arte. En el ámbito poético y literario, escritores prerrománticos como Goethe practicaron la gimnasia y el ejercicio físico para llevar una vida más saludable y estar en mejor forma. Fue la época en que aparece el poeta romántico seductor y elegante, la figura del dandy, que cuidará su forma física para seducir también con una buena presencia.

Hay disciplinas deportivas que pueden identificarse naturalmente con la expresión artística, tales como la gimnasia rítmica, la natación sincronizada o el patinaje artístico. Tres especialidades que integran música y danza, dos de las Bellas Artes desde siempre.

La pintura contemporánea, de la abstracción al Pop Art, de Kandinsky a Andy Warhol o Roy Lichtenstein, se ha ocupado del deporte como tema privilegiado. Es el caso, en la actualidad, de innumerables pintores como Anthony Matos, con su estilo Soccer Pop Art.

Hoy en día, en efecto, el Arte y el Deporte van de la mano en muchas manifestaciones como son la celebración de Bienales sobre Arte y diferentes disciplinas deportivas, concursos fotográficos sobre deportes de acción, colecciones públicas y privadas o museos dedicados al Deporte, muy especialmente el gran Museo Olímpico de Lausana.

En este sentido, hay que destacar la Bienal Internacional del Deporte en el Arte (BIDA) organizado por el Consejo Superior de Deportes, gracias a la cual este organismo ha acercado a pintores de prestigio internacional al mundo de la práctica deportiva. Experimentación y Vanguardia, Figurativismo y Realismo han abordado el mundo del deporte desde la perspectiva de pinceles tan importantes como los de Eduardo Arroyo (Boxeo), Dámaso (Lucha), o Calleja (Tiro con arco).

Marco Estilístico

POP ART

El Pop Art es un movimiento artístico surgido a mediados del siglo XX (1950-1960) en Gran Bretaña y Estados Unidos, y que constituyó una respuesta al expresionismo abstracto que imperaba en las artes plásticas de la época.

Inspirado en la cultura de masas y el imaginario del consumo capitalista, el Pop Art se caracterizó por su estética popular y comercial, que echó mano a la publicidad, al cómic, al cine y a los objetos de consumo más cotidianos.

Era un movimiento claramente político, que constituyó un espejo en el que pudiera mirarse la sociedad de consumo de posguerra: todo se producía en serie, empaquetado y listo para consumirse, de manera masiva y vertiginosa, pero a la par repetitiva, estandarizada, anonimizante.

Su nombre tiene que ver con la categoría de lo "pop", es decir, lo que se pone de moda en la sociedad de consumo, lo que figura en las portadas de las revistas y en la publicidad. Este nombre fue empleado por primera vez para describir al movimiento en 1956 en la revista Arc, pero su invención se le atribuye a John McHale.

Características

- Fue un movimiento contrario al expresionismo abstracto, que buscó la reunificación de la vida y el arte a través del "enfriamiento" de las emociones, o sea, distanciando al espectador de la obra para que pueda pensarla. Además, se alejó de la herencia surrealista y abrazó en su lugar la tradición Dadá.

- Su mirada del objeto artístico quería reflejar la superficialidad y anonimidad de la sociedad de consumo y la cultura de masas. Por ende, la subjetividad del artista se hacía a un lado: le era ocultada al espectador de la obra.

- Sus principales fuentes de material fueron la publicidad, el cómic y las revistas, el diseño gráfico y el cine. Incursionó en la pintura, la escultura, el collage.

- En sus obras abundan los colores intensos, las formas seriadas o retratos de celebridades, y los formatos repetitivos. Estas obras no siempre son congruentes entre sí, ya que usan técnicas y métodos muy distintos, pero siempre partiendo de una misma actitud artística.

- La intrascendencia, la cotidianidad y lo banal fueron algunos de sus conceptos clave, aunque abordados desde un punto de vista crítico, que invitaba al espectador a reflexionar sobre la sociedad, el arte y la cultura.

Artistas destacados

- **Andy Warhol (1928-1987)**. De origen estadounidense, este artista plástico y actor es probablemente el más representativo de los autores del Pop Art. Sus obras de renombre mundial sirven de emblema al movimiento, especialmente sus serigrafías y reproducciones seriadas de objetos, fotografías de celebridades y políticos (Marilyn Monroe, Mao Tse

Tung, el Che Guevara, etc.). Además, se le atribuye la célebre frase: "En el futuro todo el mundo será famoso durante 15 minutos", que de alguna manera resume el espíritu del Pop Art y de la época. Su obra consiste en pinturas, filmaciones, escritos literarios y piezas musicales.

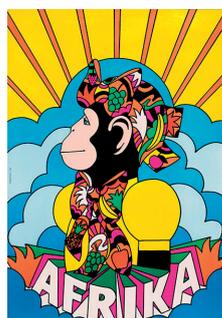
- **Roy Lichtenstein (1923–1997)**. De EE.UU, incursionó con mucho éxito en la pintura y la escultura. Sus más famosas obras incorporan el lenguaje cómic y la estética de los dibujos animados del momento, empleando en su creación colores industriales (generalmente primarios) y puntos Ben-Day.

- **Keith Haring (1958–1990)**. Artista y activista social estadounidense, su obra es icónica de la generación de 1980. Incursionó tanto en la música y la pintura como en la escultura, con ánimos de romper las barreras entre estos tres géneros. Sus imágenes eran sencillas, accesibles al gran público y sobre todo genéricas, serializadas, propias del diseño industrial o el diseño de logotipos. Una de sus esculturas más famosas y representativas es el Perro rojo (1985) instalado en Ulm, Alemania.

- **Tom Wesselmann (1931–2004)**. Pintor estadounidense y uno de los últimos grandes maestros del Pop Art, produjo obras impactantes, entre las que se destacan sus atrevidos desnudos femeninos. Experimentó con la litografía, la serigrafía y el aguatinta, así como con la escultura, mediante planchas cortadas.

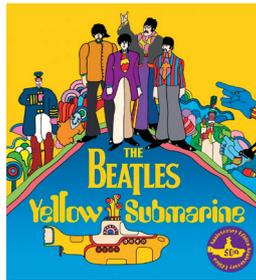
Artistas de referencia para el proyecto

- **Edgardo Giménez (1942)**. De Santa Fe, Argentina. Artista autodidacta, comenzó trabajando en gráfica publicitaria. Tomó parte en las Experiencias Visuales 67 en el Instituto Torcuato Di Tella (ITDT). Desde 1967 realizó escenografías para distintos espectáculos y producciones. Desde 1971 dirigió distintos proyectos arquitectónicos en la provincia de Buenos Aires. Entre los años 1980 y 1982 se desempeñó como diseñador de la imagen gráfica del Teatro San Martín.

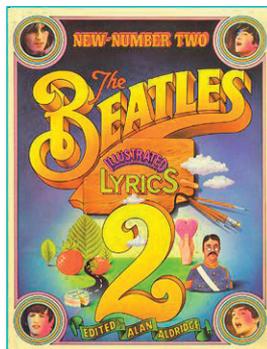


- **Heinz Edelmann (1934 - 2009)**. De Checoslovaquia. Después de estudiar en la Academia de Arte de Düsseldorf, se convirtió en un exitoso ilustrador, dibujando caricaturas satíricas para el periódico alemán Frankfurter Allgemeine Zeitung. Comenzó su carrera como diseñador de carteles de teatro y proporcionó ilustraciones de portada para la revista juvenil Twen y también para la revista Schule. Se hizo famoso en 1968 por el diseño de los personajes de la película de animación de los Beatles

Yellow Submarine, produjo una obra a lo largo de las cuatro décadas siguientes que destacó por su sensibilidad expresionista atemperada por el ingenio y el humor.



• **Alan Aldridge (1938-2017)**. Británico. Comenzó su carrera como ilustrador para The Sunday Times Magazine después de dejar la escuela con tan solo catorce años. Realizó portadas de libros para Penguin Books, entre ellos dos libros de John Lennon. Su primer trabajo importante para la escena del llamado swinging London fue la portada del disco A Quick One, la pequeña opereta de The Who publicada en 1966. En 1968, formó su propio estudio de diseño, INK, y sus primeros clientes fueron tanto Apple Corps como The Beatles. Uno de sus trabajos más recordados para el cuarteto fue su participación en el libro The Beatles Illustrated Lyrics, en el que en colaboración con otros ilustradores y fotógrafos interpretó visualmente las letras de canciones de los Beatles como Revolution, All you need is love o Nowhere man.



COLLAGE

El Collage es una técnica artística que consiste en ensamblar elementos en un todo unificado. Manipulando diversos materiales utilizados como materia prima tales como periódicos viejos, revistas, papeles de colores o embalaje, fragmentos de fotos, telas, materiales sólidos, pintura acumulada etc, y disponerlos sobre un espacio plano y en un cierto orden es el objetivo perseguido. A través del manejo de estos materiales se logra como resultado la creación de una composición original e imaginativa.

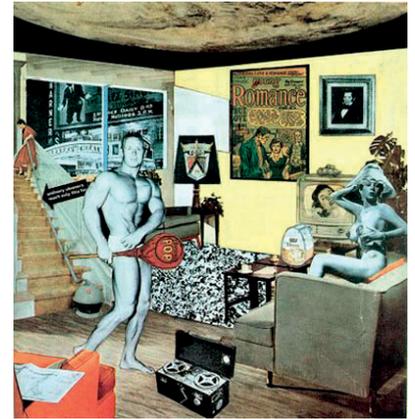
Tiene su Origen en China pero es a principios del SXX cuando lo encontramos convertido en una práctica artística de relevancia resultado de las investigaciones de los cubistas Braque, Gris y Picasso.

Entre los artistas destacados de esta técnica podemos mencionar a Pablo Picasso, Max Ernst, Juan Gris, Schwitters, Georges Braque, Marcel Duchamp, Man Ray, Richard Hamilton, etc.

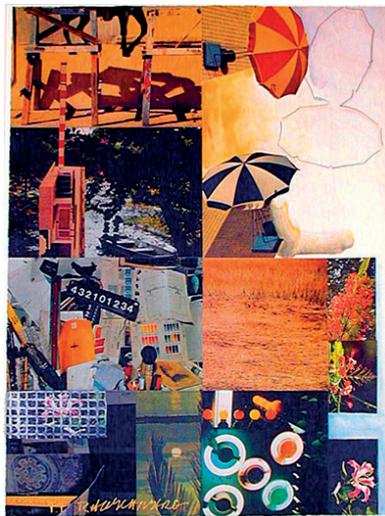
La técnica del collage se luce tremendamente con el estilo Pop, colorista, diverso, temáticamente muy recurrente y que genera un estilo muy vivo y actual. Los más famosos artistas de Collage Pop son los precursores, Andy Warhol, Richard Hamilton y Robert Rauschenberg, que pasó del Expresionismo abstracto al Pop.



Paloma Picasso de Andy Warhol



Richard Hamilton, Just What Is It That Makes Today's Homes So Different



Umbrellas de Robert Rauschenberg



1.6 Briefing (estudio del cliente y destinatario)

Fantásias club nació un 22 de Noviembre de 1982 en los viejos patios del colegio Don Bosco en San Juan, de la mano del profesor Ramón Córdoba actual director, y, quien fundó la Escuela de Patinaje Artístico y Bastoneras Fantásias. El primer objetivo del Club fue el de difundir en San Juan este deporte-arte que era tan poco conocido en la provincia; luego hacer que el patinador sea feliz patinando y por ende se apasione de esta disciplina; formar excelentes deportistas y por último colaborar con los padres en formar honradas personas por medio del deporte, el respeto y la disciplina.



El 15 de marzo de 1994 comienza a funcionar en las instalaciones del Club Comunicaciones en la Villa Don Bosco, en esos años Fantásias comienza a competir a nivel nacional y desde entonces no ha dejado de ganar títulos provinciales, nacionales y sudamericanos.



Fantásias pionero en el patinaje artístico de la provincia de San Juan, en el año 1996 incorpora a su plantel de patinadores a chicos discapacitados, siendo Tamara Celina Roy Aragón su primera patinadora con síndrome de Down. Durante el año 1997 más precisamente en el mes de septiembre obtiene la personería jurídica y oficialmente pasa a llamarse "Fantásias Club".



Luego de peregrinar por diferentes instituciones, llegó el año 2004 en que Fantásias Club inaugura su sede propia en la Calle Córdoba, 30 metros al este de calle Colón a tres cuadras de la plaza departamental de la ciudad de Santa Lucia, este anhelo se logra gracias al esfuerzo y colaboración de padres, patinadores, amigos, municipalidad del departamento, empresarios y gobierno provincial.

En el mes de Octubre del año 2006 nació la filial N° 2 en el departamento de Caucete, la que después de 2 años de vida tuvo que dejar de funcionar por problemas de espacio para practicar el deporte.

En el año 2012 por problemas entre la CAP y la FSP, ésta deja libre a todos los patinadores afiliados a ella, por lo tanto nuestro club queda afuera del circuito federado lo que lo lleva a competir en los próximos 7 años solamente en torneos de liga.

El 2 de Noviembre del año 2016 por iniciativa de nuestra profe de la filial de Media Agua la Srta. Sabrina Lobos, se crea una nueva filial en el distrito Los Berros también en el departamento de Sarmiento.

En septiembre del año 2019 nuestro club vuelve a federarse, pero esta vez a la Federación de Patinaje Artístico y Afines de San Juan también afiliada a la Confederación Argentina de Patín.

En estos momentos se practican todas las especialidades del patinaje artístico es decir: libre, escuela, pareja de alto, danza, cuarteto, precisión y show. Además se continúa con las presentaciones del legendario grupo de bastoneras sobre patines.

De Fantasías Club han surgido grandes patinadores que hoy se desempeñan o se desempeñaron como técnicos en otras instituciones

Misión

Es un club de patinaje artístico que promueve el desarrollo integral y la inclusión social de la persona, con el objetivo propio que cada uno lleva a la institución, ya sea recreativo o competitivo.

Visión

Que todo sanjuanino conozca y experimente los beneficios que este deporte tiene; para que despliegue sus capacidades y actitudes que aportan a su desarrollo de vida.

Valores

Amor, responsabilidad, respeto, excelencia, experiencia, compañerismo, profesionalismo, familiaridad, disciplina, honestidad, equidad, confianza, integridad, optimismo, perseverancia, honradez.

Entrevista a Alumnos

¿Hace cuánto patinan?

- Hace un año.
- Hace 3 años.
- Hace 2 meses.
- Hace 2 años.

¿Por qué les gusta patinar?

- Por que me gusta aprender cosas nuevas.
- El año pasado fuí a un show y me encantó, los trucos y todo lo que hacen.
- Es muy bonito, me gusta desde chiquita

¿Qué sienten al patinar?

- Me siento libre y como que no tengo ningún problema.
- También me siento libre, me gusta la actividad, hacer trucos, figuras, no siento que sea una obligación.
- Muchas emociones bonitas.

¿Patinaron antes en otros clubes?

- No, este es el primero.

¿Qué es lo que más les gusta de este club? ¿Por qué lo eligieron?

- Que puedo estar con mis amigas.
- Lo que me gustó es que el primer día ya me hice amigas, los profesores me trataron muy bien al igual que los chicos.
- Yo el primer día le veía medio cursi por que habían frases positivas escritas y yo soy muy negativa, me gustó eso.

¿Aparte de patinar les enseñan algo más?

- Nos hacen hacer una clase de físico, estiramiento.
- Danza y toda la parte física.

¿Qué creen que hace diferente a este club de otros?

- Que mas que compañeros somos como una familia.

- Si no te sale algo, te incentivan a que lo sigas intentando, no te retan ni te dicen cosas feas.

¿Cuándo hacen los shows que sienten?

- Mucha emoción, hay mucha gente que está mirando y se siente presión por hacerlo bien.
- Muchos nervios pero lo damos todo, siempre se llena de gente.

¿Quieren seguir patinando cuando sean grandes?

- Sí, es nuestro sueño.

¿Creen que al club le falta algo para mejorar o está bien así?

- Está bien así, cuando comenzamos, los profes nos hicieron escribir en un pizarrón frases motivacionales, lo poníamos en la entrada para cuando no nos salían las cosas y así tener presente que si podemos hacer todo, eso está bueno.

Entrevista a Profesores

- ¿Cuántos profes son en el club?

Profes técnicos en patinaje artístico : 2

Profe de preparación física : 1

Profe de danza: 1

Ayudantes de pista: 4

- ¿Qué tienen en cuenta a la hora de enseñar, tanto a niños como a grandes?

A la hora de enseñar tenemos en cuenta el objetivo del alumno, es decir para que va a practicar el deporte. Lo principal es que lo disfrute.

- ¿Cuáles crees que son los aspectos concretos que diferencian a Fantasías de las demás escuelas de patín?

Lo que nos diferencia de los demás clubes es que lo que ofrecemos es un deporte en pos de la persona, que pueda encontrar en el patinaje artístico tanto un entrenamiento físico como un disfrute y pasión. Ofreciéndole un abanico amplio de actividades como shows, exhibiciones, competencias...etc. Nosotros no nos dedicamos sólo a la alta competencia.

- ¿Cuáles son los objetivos a los cuáles apuntan al enseñar, competir y hacer shows?

Los objetivos están en torno a que el alumno pueda superarse a si mismo y ver su propio progreso. Como así tmb poder mostrar al resto de las personas (padres, parientes, etc) lo que va aprendiendo.

- ¿Cuándo tienen alumnos con discapacidades o con ciertas diferencias ¿tienen profes concretos que les enseñen o están todos capacitados para enseñarles?

En la parte de preparación física y de danza los chicos con discapacidad están con el resto del grupo a la par.

Y cuando están en la clase de patín en si por lo general tienen una profe indicada para que esté con ellos.

- ¿Como es el programa de entrenamiento? Se dividen en niveles, edades?

Hay 5 turnos. Los cuales están divididos por nivel de patinaje y

edades.. El primer turno son los nenes nuevos. El 5to turno es el grupo de los adultos. Y el 2do 3er y 4to se va subiendo por nivel de patín.

Van lunes miercoles y viernes en las tardes . Los nuevos q son el primer turno sólo tienen patín 1 hora. Las adultas también tienen sólo patín 1 hora. Y el resto de los turnos tienen 2 horas una en zapatillas y otra de patín.

Martes y Jueves se realizan otras especialidades como patín escuela, parejas mixtas, danza patín y los grupales de cuartetos.

También los martes , jueves y sábados hay horarios para armar coreografías para competencias.

• Además del patinaje artístico tienen bastoneros y hacen desfiles y exhibiciones... Es una de las actividades principales y que todos aprenden o lo tienen como algo secundario que hacen de vez en cuándo?

Para nosotros cada actividad que ofrecemos es importante. Tanto los desfiles, exhibiciones como las competencias y shows. Porque cada uno va al club con un objetivo distinto de acuerdo a cada actividad . Entonces no podemos descuidar ninguna de las actividades que ofrecemos. Por eso todo el año nos llaman de distintos lugares para ir a hacer alguna exhibición en escuelas en aperturas de eventos, etc.

• ¿Cuáles son las disciplinas que enseñan?

- Solo Danza / Danza Libre.
- Libre
- Parejas de Alto.
- Figuras Obligatorias
- Show
- Cuarteto

1.7 Recopilación y Análisis de Antecedentes

Antecedentes Indirectos



Antecedentes Directos



CONCEPCION PATIN CLUB



Los talentos son diversos

La formación es una...



Como se puede observar, cada marca contiene en su interior un elemento referido al deporte que enseñan en cada club/escuela. En algunos casos como lo es con "Club Hispano" y "CPC" sucede que no son clubes donde solo se enseñe ese deporte por ende se tiende a usar el logo del club para realizar uno nuevo e identificar puntualmente el deporte a enseñar, en este caso, patinaje artístico. Esto hace que no tengan identidad visual propia como en el caso de la "Institución Dancing" y "Tulum Patin Club".

Sin embargo podemos observar también que las marcas de antecedentes indirectos como en el caso de "Goleadores Fútbol Club", "Voleibol Malargüe" y "Balaquarum" están mejor definidos, con menos elementos en su interior o incluso con un iso mejor trabajado.

2. IDEA

2.1 Objetivos

Objetivo General

Diseñar un Sistema de Comunicación Visual complejo para la Escuela de Patinaje Artístico "Fantasías".

Objetivos Específicos

- Rediseñar la marca reformulando el naming.
- Diseñar la identidad visual, promoción y difusión de la escuela de patinaje artístico "Fantasías".
- Revalorizar el patinaje artístico a través de la nueva identidad visual.

2.2 Estrategias

Estrategias de Comunicación

Conceptos Concretos

- Fantasía y pluralidad

Conceptos Generales Asociados

- Dinamismo, Libertad, Fluidez, Patinaje, Alegría

Estrategia Creativa

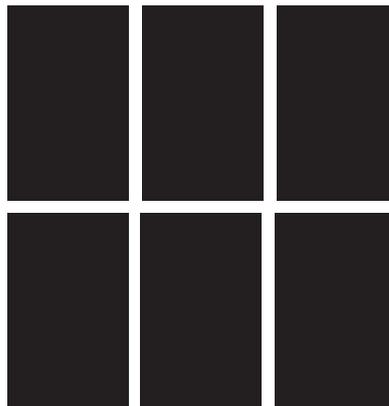
Se tomó como referencia el Pop Art, puntualmente las ilustraciones del artista y diseñador Edgardo Giménez como así también las paletas cromáticas y la técnica "Collage" de diversos artistas de la época como Alan Albridge, Heinz Edlmann, Peter Max, entre otros.

Estrategia de Medio

PROMOCIÓN IMPRESA

Afiches Viales

6 Verticales (70cm x 40cm)



1 Horizontal (50cm x 70cm)



Merchandasing



Stickers



Remeras



Botella

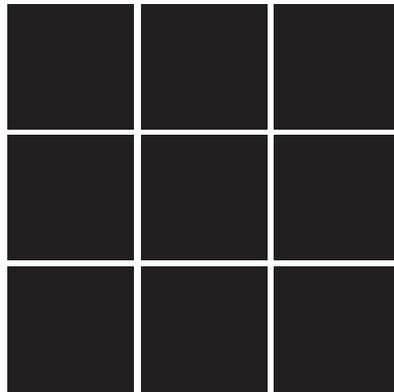
PROMOCIÓN DIGITAL

Redes Sociales / Instagram



Fotos de Perfil

Highlights



Posteos



Historias / Reels

IDENTIDAD IMPRESA

Indumentaria / Aplicaciones



Remeras para
profes y alumnos



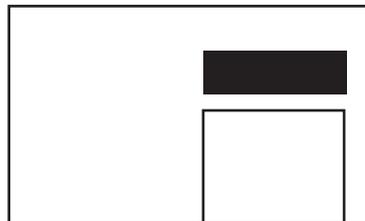
Campera o Buzo



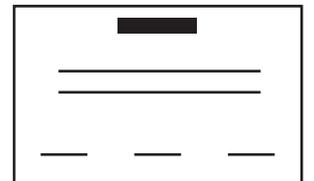
Gorras



Cubrepatines



Cartel exterior



Diplomas

3. SOLUCIÓN

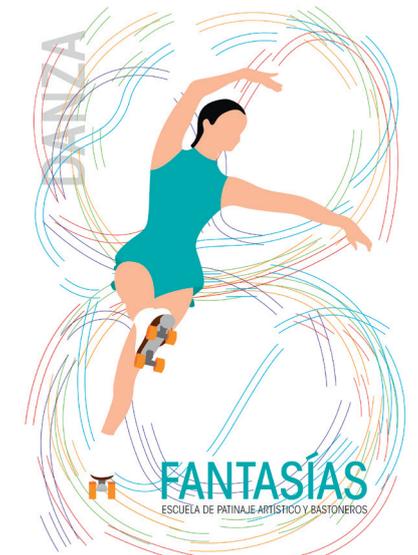
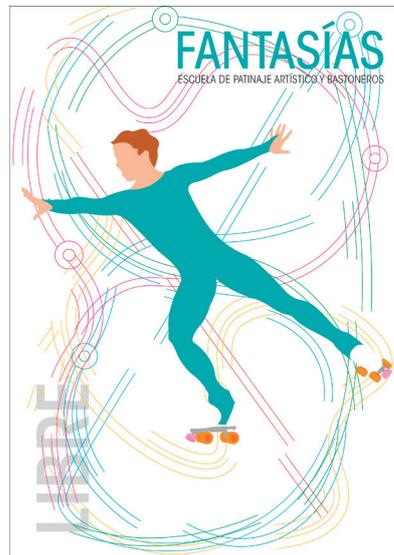
3.1 Anteproyecto Gráfico

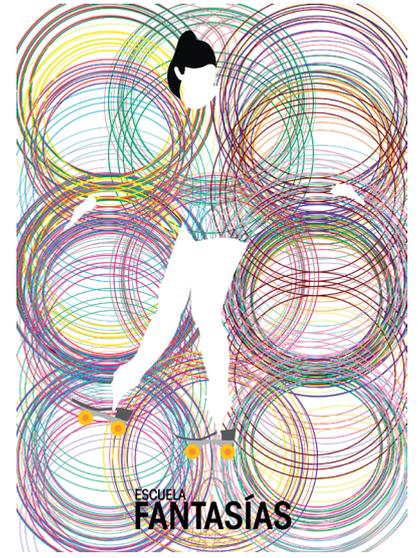
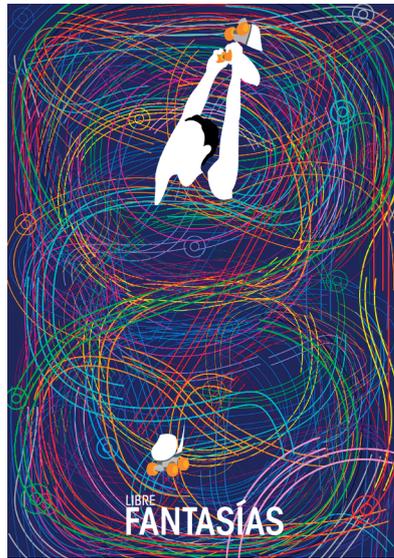
En un principio se pensó utilizar el recurso de las huellas que dejan los patines si se les pusiera pintura en las ruedas de estos. Se generaron patrones de huellas que indicaban las distintas disciplinas del patinaje, sobre fondos negro y blanco. Se realizaron dibujos vectoriales de patinadores sobre las huellas. Los conceptos que se tomaron fueron pluralidad y dinamismo. Las fotografías de patinadores y eventos se utiliza en promoción

Flyers

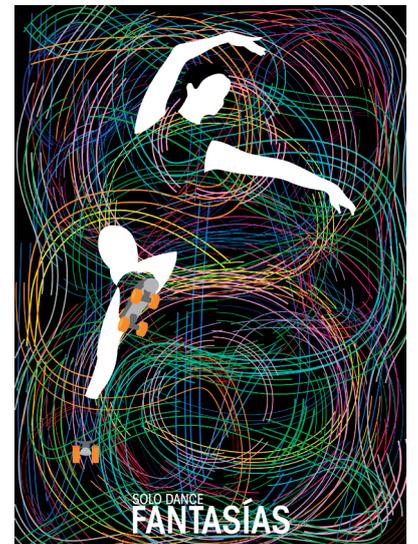


Afiches





VAN



Carpeta

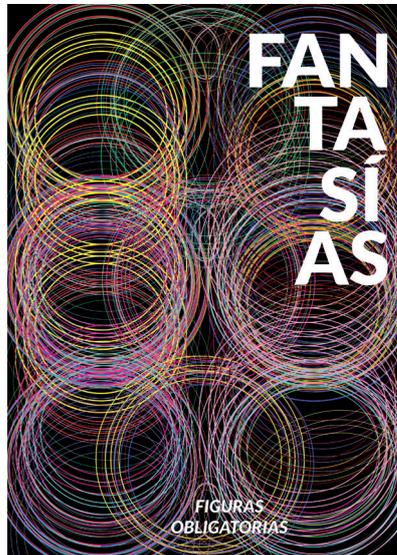
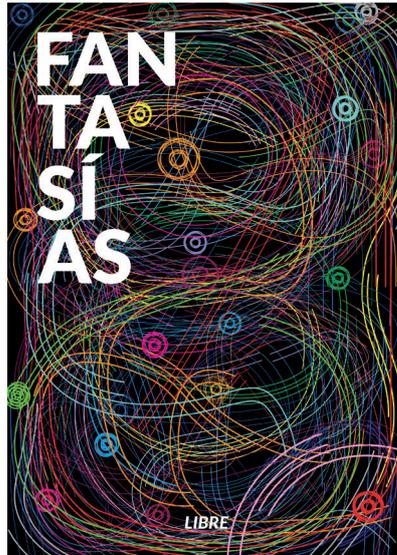


Luego se decidió sacar las ilustraciones y dejar solamente las huellas, jugando con el grosor de los trazos y los colores, se cambió la tipografía.

Pines



Afiches Viales



VAN



Remeras



Carpeta



Seguía sin convencer del todo, muy repetitivo el recurso y desordenado . Se decidió ordenarlo un poco más, con patrones más claros y definidos, se empezó a agregar más color a las piezas gráficas y ordenar la información.

Carteles exteriores



Carteles Día especial



Favorece nuestra
coordinación y
quilibrio.

ESCUELA DE PATINAJE ARTÍSTICO
FANTASÍAS



14 de ABRIL
DÍA DEL PATINADOR
ARTÍSTICO

ESCUELA DE PATINAJE ARTÍSTICO
FANTASÍAS



14 de ABRIL
DÍA DEL PATINADOR
ARTÍSTICO

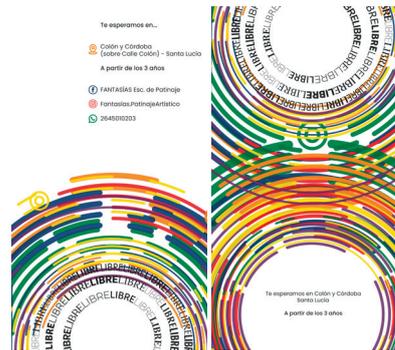
ESCUELA DE PATINAJE ARTÍSTICO
FANTASÍAS



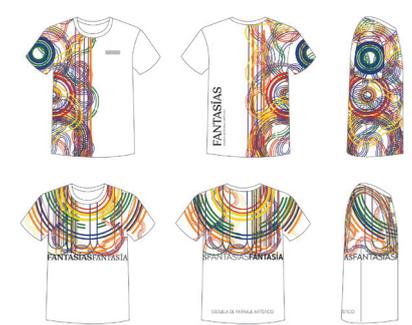
Causa menos
impacto en las
articulaciones

ESCUELA DE PATINAJE ARTÍSTICO
FANTASÍAS

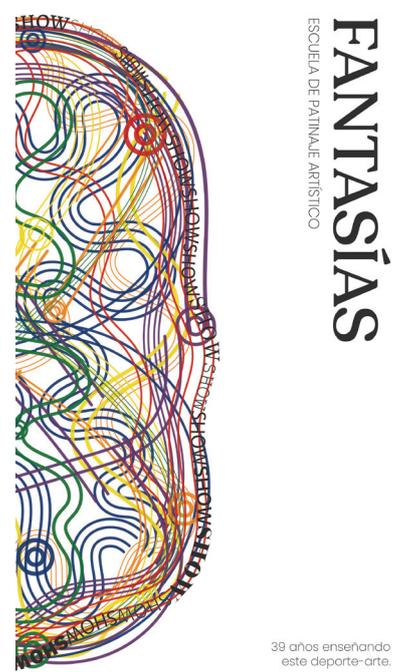
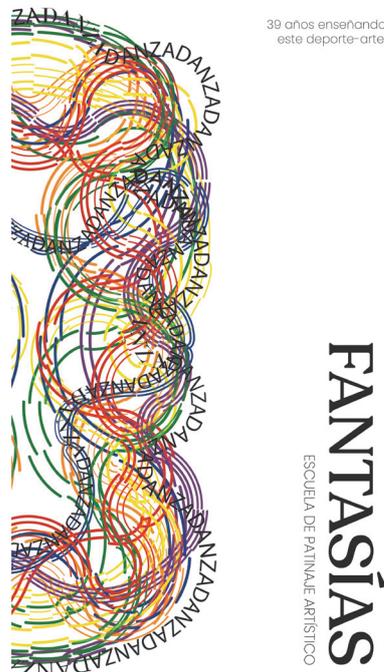
Flyers



Remeras



Afiches y pósters



39 años enseñando este deporte-arte.

FANTASÍAS
ESCUELA DE PATINAJE ARTÍSTICO



FANTASÍAS
ESCUELA DE PATINAJE ARTÍSTICO

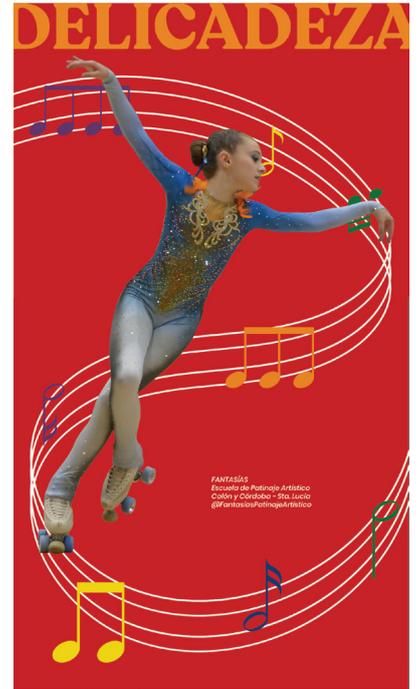
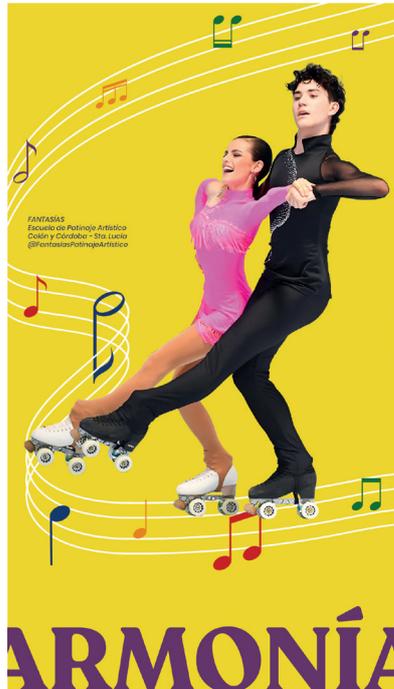
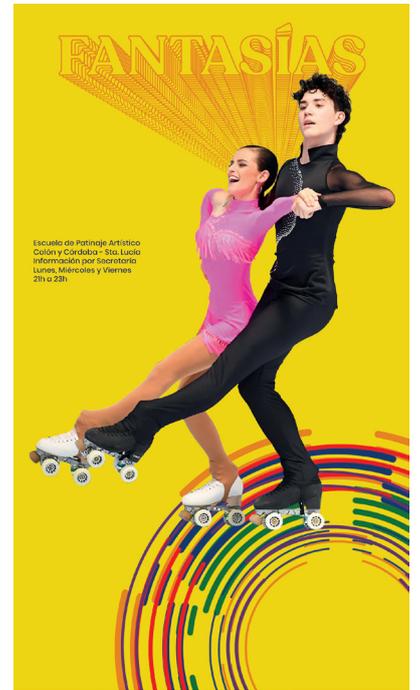
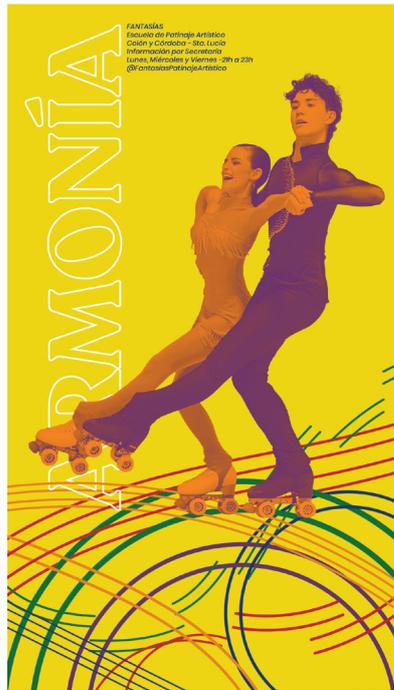
39 años enseñando este deporte-arte.



Si bien el sistema estaba más ordenado, la realidad es que se seguía viendo mucha repetición, sin recursos nuevos, se veía estático. Sin embargo hubieron ideas nuevas para poder abrir más el sistema, agregando recursos y saliendo del fondo blanco.

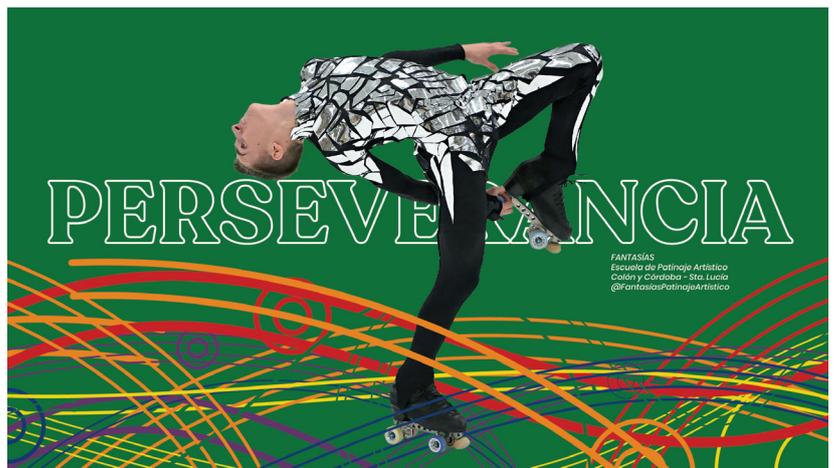
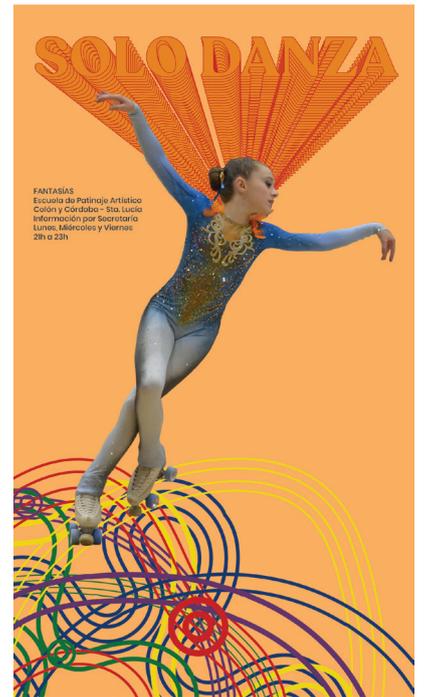
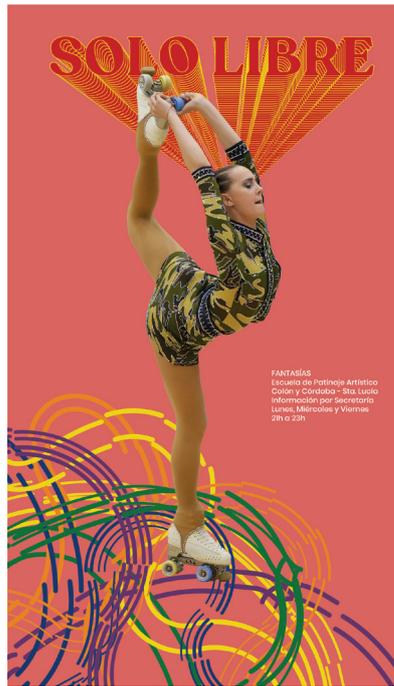
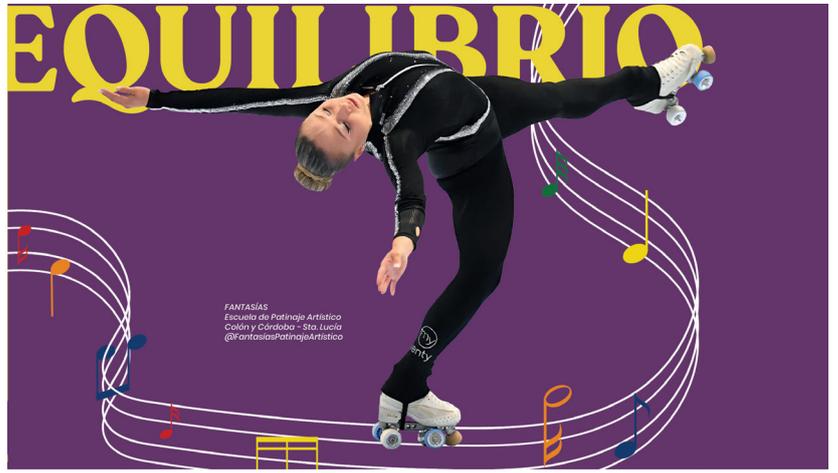
Aquí es cuando se empieza a tomar de referencia el movimiento pop art, relacionándolo con el patinaje de la época (1960).

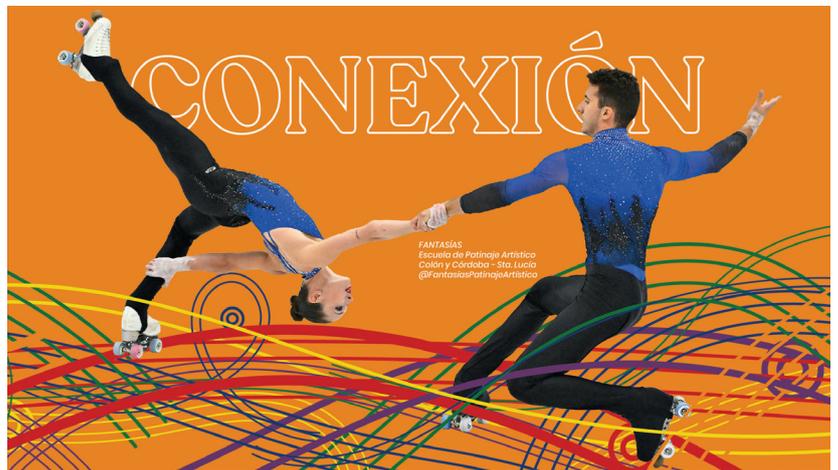
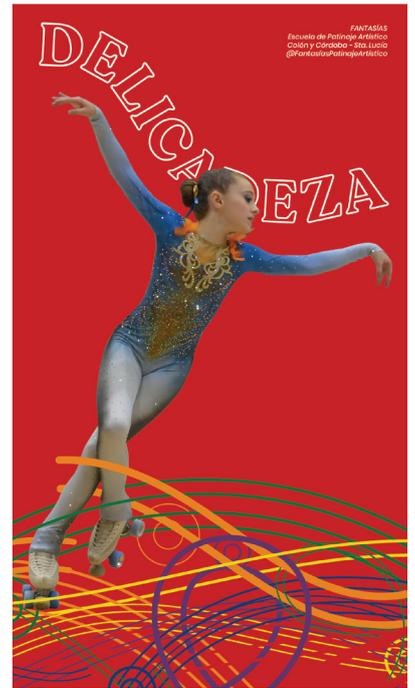
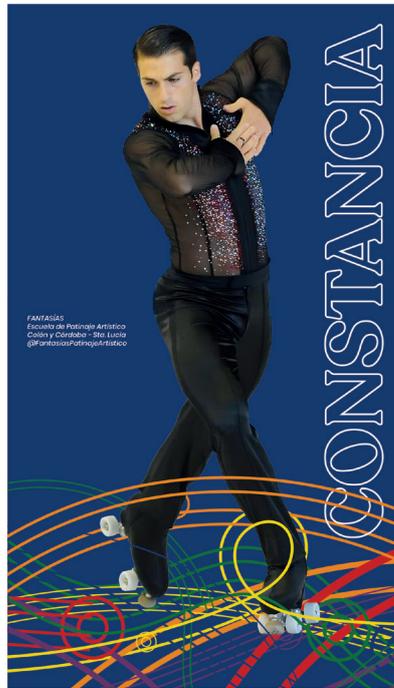




Se jugó un poco con las huellas mezclándolas con pentagrama y notas musicales, haciendo alusión a que los patinadores patinaban sobre ellas al ritmo de la música. También se agregaron palabras que representan las disciplinas.

Solo se llegó a realizar pósters y afiches con esta idea.





4. REALIZACIÓN

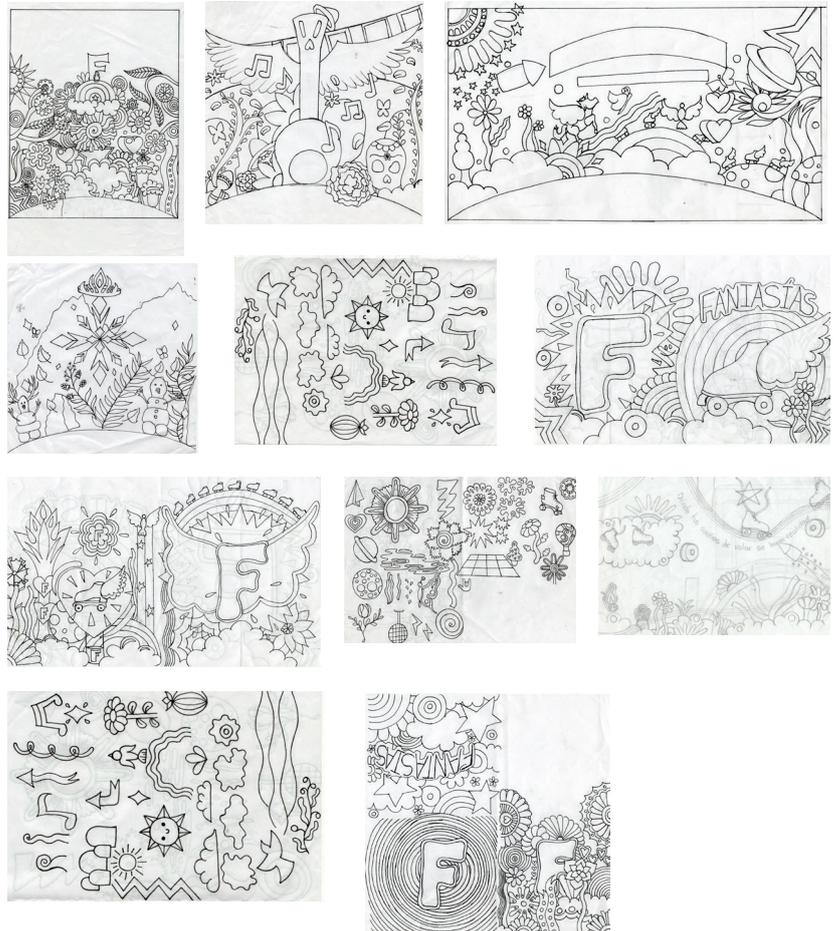
4.1 Proyecto

Finalmente luego de realizar varios bocetos se decidió eliminar definitivamente las huellas de patines, agregar fotos de patinadores y de otros elementos, ilustraciones vectoriales y una amplia paleta cromática.

El Sistema está formado por las piezas que conforman la identidad institucional de la escuela y la promoción de sus clases y eventos. Dentro de la identidad se pensó realizar remeras para profesores con el nombre de ellos, de esta manera los ubican sus alumnos y las utilizan en competencias y eventos. Remeras para los chicos las cuales pueden utilizar para entrenar y llevar a competencias con el fin de ser identificados con la escuela "Fantasías". Rediseño de Logo y cartel corporeo el cual estaría en la entrada. Cubrebotas para entrenamiento, gorras y camperas o buzos con los cuales pueden entrenar y llevar a competencias, diplomas para entregar al finalizar algún torneo o exhibición y botellas para los entrenamientos. En cuanto a promoción se incluyen afiches viales que promueven las clases en Fantasías y afiches viales para promocionar shows de fin de año. Marchandisign como remeras de los shows y stickers, redes sociales puntualmente Instagram, con publicaciones sobre ganadores, clases, mensajes positivos, historias, etc,

Bocetos

Se comenzó realizando bocetos de los afiches, con dibujos lineales. Luego se bocetaron distintos recursos gráficos que son los utilizados en las distintas piezas gráficas.



Piezas Gráficas e Informe Técnico

IDENTIDAD INSTITUCIONAL

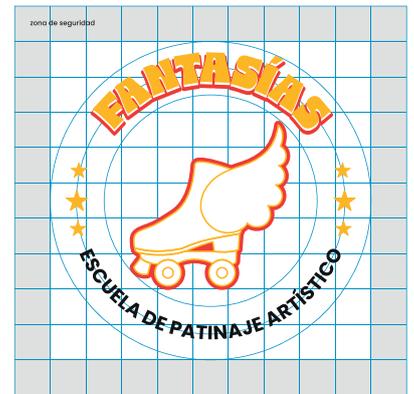
LOGO PRINCIPAL



Grilla Constructiva



Variables



Negativo/Escala de grises



Reducciones (tamaño base de 8cm)



60%



40%



20%

Tipografía

8 HEAVY

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghi-
jklmnñopqrstuvwxyz0123456789 ¿ ? ! & @ ' " « » % * ^ # \$ £ € ¢ / () [] { } . , ©**

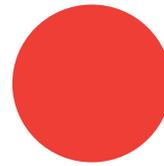
Poppins Bold

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnñop-
qrstuvwxyz0123456789 ¿ ? ! & @ ' ' ' ' « » % * ^ # \$ £ € ¢ / ()
[] { } . , ©**

Paleta Ctomática



R: 234 M: 30%
G: 184 Y: 100%
B: 24



R: 199 M: 90%
G: 54 Y: 85%
B: 47

CARTEL EXTERIOR

Corporeo retroiluminado en la parte superior del portón de entrada



INDUMENTARIA

REMERAS PARA PROFESORES

Cada remera cuenta con el nombre del profe que la usará, un color institucional, una ilustración lineal en blanco de frente y otra en el dorso más una variable del logo.



REMERAS PARA ALUMNOS

Las remeras de los alumnos serán blancas para distinguirlas de la de los profes, con las mismas ilustraciones que las anteriores pero con trazos de colores más una variable del logo al dorso.



Diseño para Sublimar



Tipografía

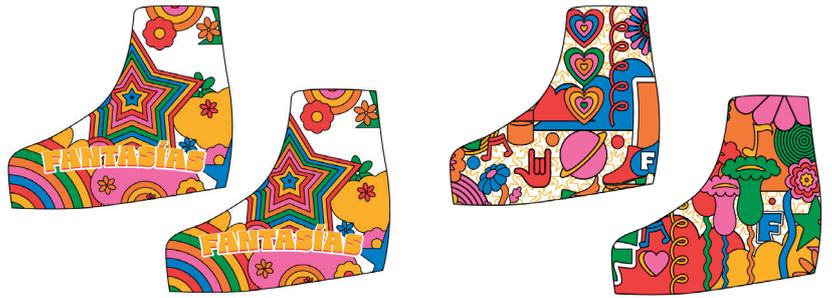
Poppins Extrabold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñop-
 qrstuvwxyz0123456789 ¿ ? ¡ ! & @ ' ' ' ' « » % * ^ # \$ £ € ¢ / ()
 [] { } . , ° ©

Paleta Cromática Institucional

	R: 199 G: 54 B: 47	M: 90% Y: 85%		R: 234 G: 184 B: 24	M: 30% Y: 100%
	R: 80 G: 122 B: 187	C: 80% M: 45% Y: 0% K: 0		R: 42 G: 135 B: 69	C: 100% M: 15% Y: 100%
	R: 205 G: 101 B: 157	M: 75%		R: 212 G: 117 B: 49	M: 65% Y: 90%

CUBREBOTAS



Diseños para Sublimar



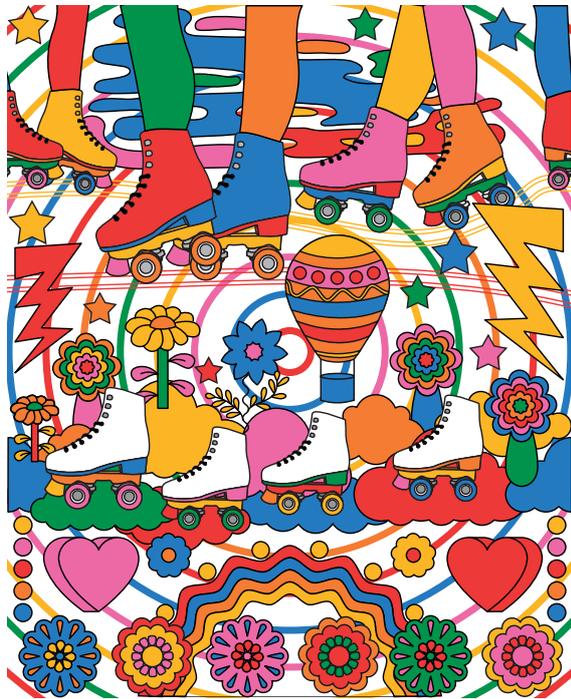
GORRAS



BUZOS O CAMPERAS



Diseño para Sublimar



DIPLOMAS

Estos serán entregados en torneos y competencias a los alumnos participantes de dichos eventos, de esta manera se los premia por el esfuerzo y se los incentiva a seguir progresando.

FANTASÍAS
ESCUELA DE PATINAJE ARTÍSTICO

Otorga dicho presente a

ARAYA, Siomara

por su destacada participación en el
XII TORNEO INTEPROVINCIAL DE PATINAJE ARTISTICO

Septiembre 2023

Gastón Tello
Presidente de Fantasías

Ramón Córdoba
Director Deportivo



Tipografías

Poppins Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstu-
vwxyz0123456789 ¿ ? ¡ ! & @ ' ' ' ' « » % * ^ # \$ £ € ¢ / () [] { }

Poppins Semibold Italic

*ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstu-
tuvwxyz0123456789 ¿ ? ¡ ! & @ ' ' ' ' « » % * ^ # \$ £ € ¢ / () [] { } . , ° ©*

Poppins Bold

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñop-
qrstuvwxyz0123456789 ¿ ? ¡ ! & @ ' ' ' ' « » % * ^ # \$ £ € ¢ / () [] { } . , ° ©**

Recoleta

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstu-
vwxyz0123456789 ¿ ? ¡ ! & @ ' ' ' ' « » % * ^ # \$ £ € ¢ / () [] { } . , ® ©**

BOTELLA



Diseño para Sublimar



PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN

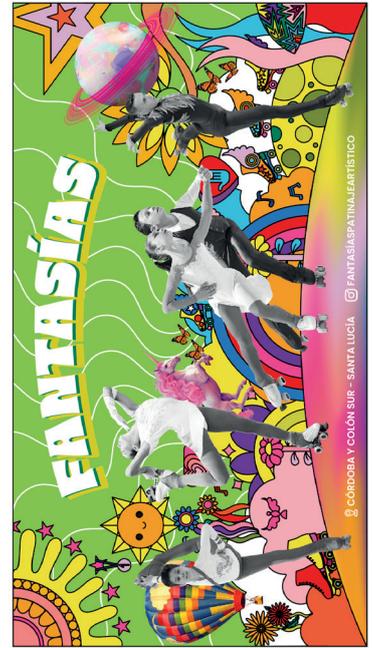
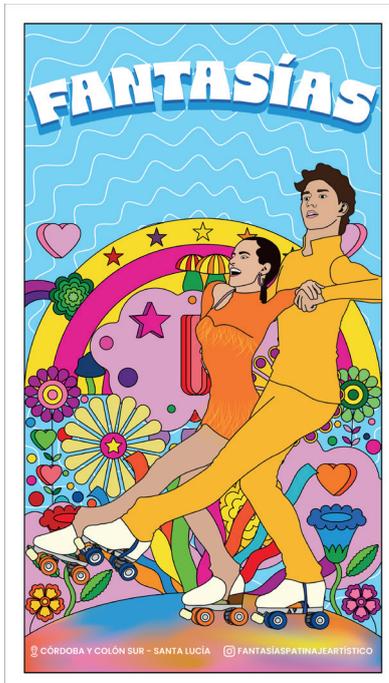
AFICHES VIALES

Esta serie de afiches ilustrados están pensados para promocionar las clases de patinaje artístico en "Fantasías". Su paleta cromática está tomada de afiches de artistas de pop art.

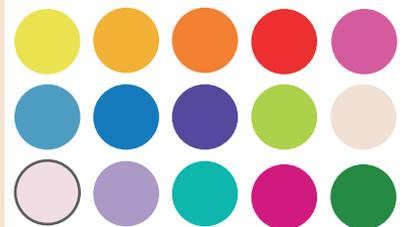
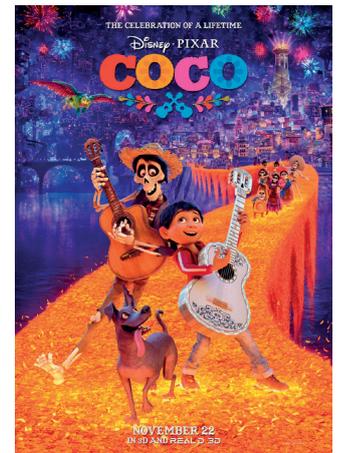
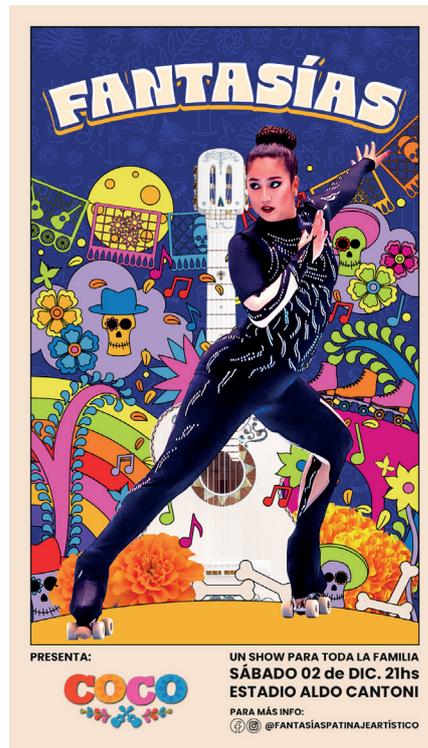


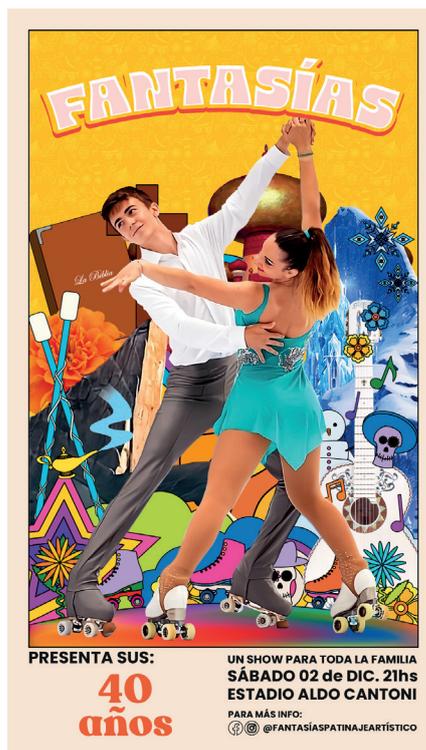
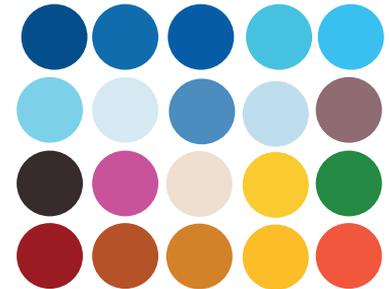
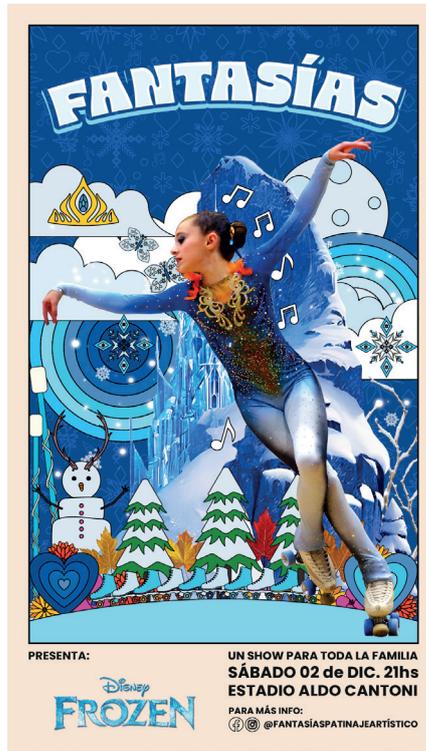
Cada uno tiene un tamaño de 70cm x 40cm en vertical y 40cm x 70cm en horizontal. Este último está realizado con collage (mezcla de dibujos vectoriales e imágenes)

No se utiliza el logo original sino una de las variables sin la bajada y datos como la ubicación y la cuenta de instagram.

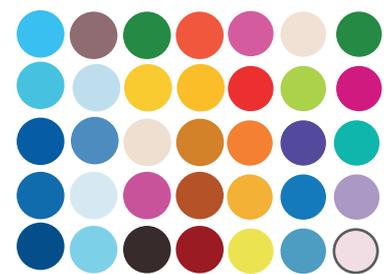


La serie de afiches que promocionan los shows están realizados con la técnica collage mezclando elementos referidos a la temática del evento. Tienen un sector textual donde figuran los datos importantes del show. La paleta cromática de estos afiches se determina por la temática que se exhibirá en dicho show.

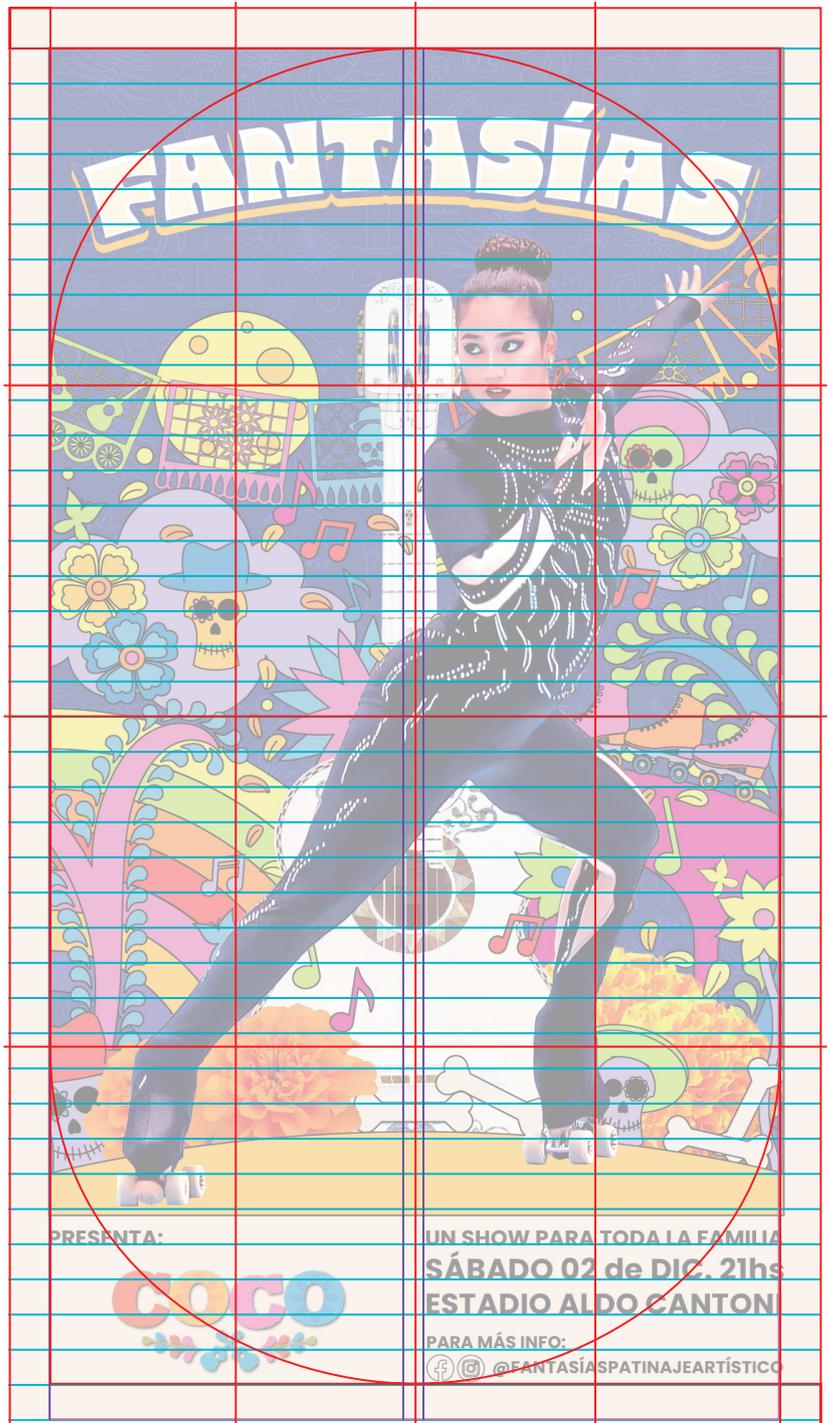




En este afiche la paleta cromática es una mezcla de las anteriores ya que la temática de este show fué mostrar lo que se realizó en shows anteriores.



En un principio se pensó la retícula basada en la forma de la pista de patinaje artístico. Y se usó para la composición de todos los afiches viales.



Tipografías

Poppins Semibold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrs-
 tuvwx yz0123456789 ¿? ¡! & @ ' ' ' ' « » % * ^ # \$ £ € ¢ / () []
 { } . , ° ©

Poppins Bold

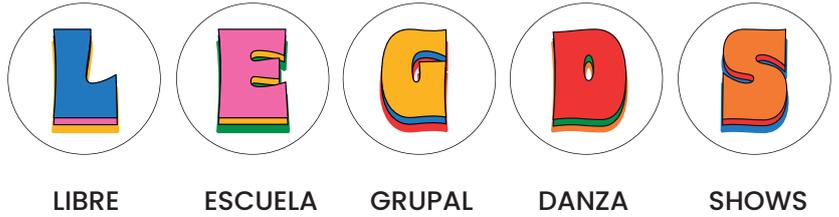
**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñop-
 qrstuvwx yz0123456789 ¿? ¡! & @ ' ' ' ' « » % * ^ # \$ £ € ¢ / ()
 [] { } . , ° ©**

REDES SOCIALES: INSTAGRAM

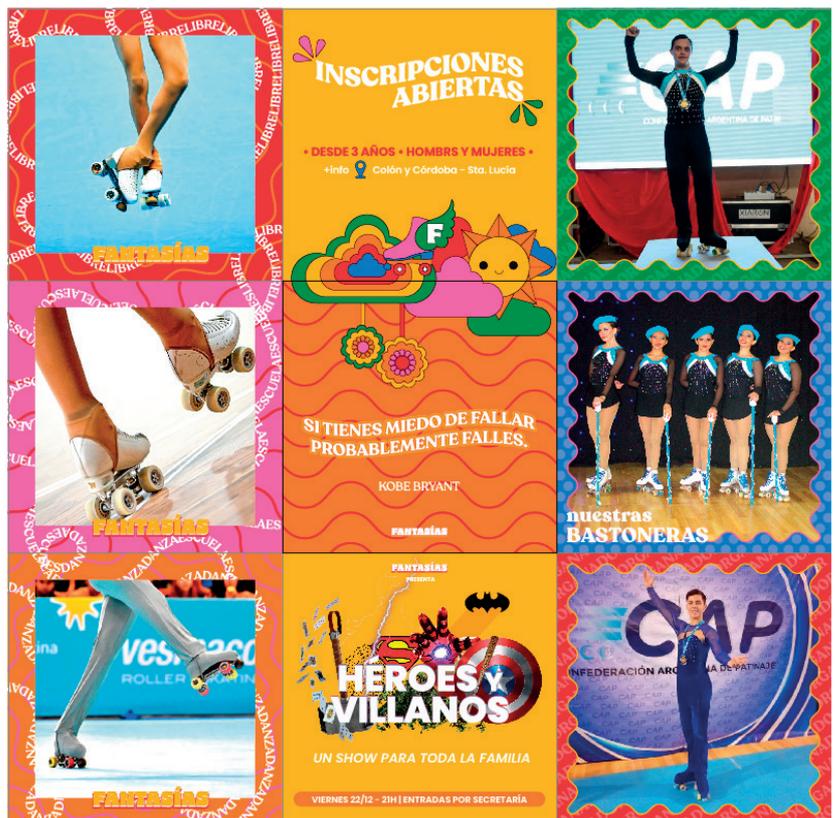
Fotos de Perfil



Destacadas



Feed



En las publicaciones se mostrará contenido diverso como las disciplinas, los ganadores de competencias y torneos, invitaciones a eventos, información sobre inscripciones, frases motivadoras y días especiales. Los diseños serán realizados con las técnicas ya implementadas, collage de ilustraciones con imágenes y la utilización de la paleta cromática institucional al igual que las tipografías institucionales.

Carrusel



Reels e Historias

Animación



Los afiches viales son adaptables para historias



Paleta Cromática Institucional



R: 199 M: 90%
G: 54 Y: 85%
B: 47



R: 80 C: 80%
G: 122 M: 45%
B: 187



R: 205 M: 75%
G: 101
B: 157



R: 234 M: 30%
G: 184 Y: 100%
B: 24



R: 42 C: 100%
G: 135 M: 15%
B: 69 Y: 100%



R: 212 M: 65%
G: 117 Y: 90%
B: 49

4.3 Contextualización

CARTEL

Día



Noche



REMERAS

Para Profes



Para Alumnos



CUBREBOTAS



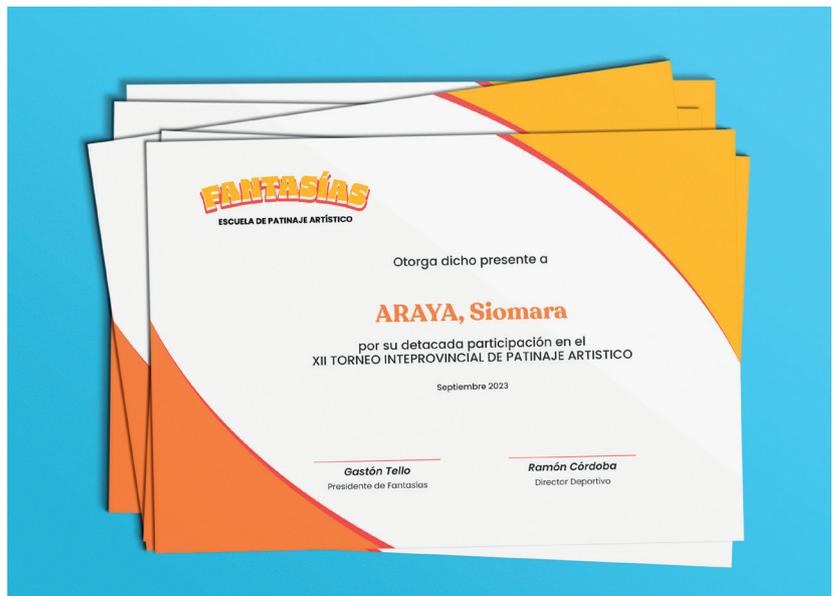
GORRAS



CAMPERA O BUZO



DIPLOMAS



BOTELLA



AFICHES VIALES





REMERAS PROMOCIONALES



STICKERS



REDES SOCIALES







4.4 Bibliografía

Libros/Tesis

Gailhaguet, D. (1991). «Historique». Le patinage artistique. Edición Denoel.

Kestnbaum, E. (2003). «The Beginning of Skating on Ice». Culture on Ice. Wesleyan University Press.

Córdoba, L. (2020) «Trabajo Práctico Final». Tesis de Tecnicatura. Universidad de Flores, Facultad de Actividad Física y Deporte.

Córdoba, L. (2020) «Prácticas Profesionales I». Tesis de Tecnicatura. Universidad de Flores, Facultad de Actividad Física y Deporte.

Apuntes

San Juan, M. (2020) «Asignatura: técnica y táctica I • Sub unidad: Escuela - Módulo 1». Tec. Universitaria en deportes de patinaje. Facultad de Actividad Física y Deporte.

Iglesias, W. (2020) «Asignatura: técnica y táctica I • Sub unidad: Libre. Módulo 1». Tec. Universitaria en deportes de patinaje. Facultad de Actividad Física y Deporte.

Rosas, A. (2020) «Asignatura: técnica y táctica I • Sub unidad: Danza - Módulo 1» Tec. Universitaria en deportes de patinaje. Facultad de Actividad Física y Deporte.

Montechiari, G. (2020) «Asignatura: técnica y táctica IV • Sub unidad: Presición». Tec. Universitaria en deportes de patinaje. Facultad de Actividad Física y Deporte

Pérez, L.E. (2020). «Asignatura: técnica y táctica IV • Sub unidad: Show» Tec. Universitaria en deportes de patinaje. Facultad de Actividad Física y Deporte

Web

Balcázar, M. (2018) «Cómo se creó la identidad de los Juegos Olímpicos México 68» Recuperado de: <https://foroalfa.org/articulos/como-se-creo-la-identidad-de-los-juegos-olimpicos-mexico-68>

Barajas, E. (2018) «El Cartel en la Copa del Mundo» Recuperado de: <https://foroalfa.org/articulos/el-cartel-en-la-copa-del-mundo>

Moreno, O. (2015) «El papel del Diseño Gráfico en el Marketing Deportivo» Recuperado de: <https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/actas/article/view/2397/5278>

Briceño V., Gabriela. (2018). «Patinaje artístico». Recuperado el 25 febrero, 2024, de Euston96: <https://www.euston96.com/patinaje-artistico/>

Jostari. (2018). «El patinaje artístico en línea». Recuperado de: <https://www.jostari.com/el-patinaje-artistico-en-linea/>

«Historia del Patinaje Artístico» Recuperado de: <https://isnca.org/es/historia-del-patinaje-art%3%adstico/>

Abadía, M. (2018) «El Collage» Recuperado de: <https://arteaunclick.es/category/collage-artistas/>

(2022) «Alan Aldridge, ilustrador psicodélico» Recuperado de: <https://musign.es/alan-aldrige-ilustrador-psicodelico/>

Giménez,E. «Biografía Edgardo Giménez» Recuperado de: http://edgardogimenez.com.ar/content/edgardo-gimenez_biografia.php

«Biografía de Peter Max». Recuperado de: <https://petermax.com/>

Gago, M.P. (2008) «Deporte y arte» Revista Digital - Buenos Aires - Año 13 - N° 125. Recuperado de: <https://www.efdeportes.com/efd125/deporte-y-arte.htm>