



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**PROPUESTA PARA REDISEÑAR LA SEÑALÉTICA DEL ESTADIO
OLÍMPICO ATAHUALPA MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DEL DISEÑO
GRÁFICO E INDUSTRIAL PARA EVITAR AL AFICIONADO LAS
AGLOMERACIONES Y LA CONFUSIÓN EN LOS INGRESOS Y SALIDAS DE
LOS EVENTOS REALIZADOS EN ESTE ESCENARIO.**

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos
para optar por el título de
Licenciado en Diseño Gráfico e Industrial

Profesor Guía:
Máster Diego Alejandro Chicaiza Ayala

Autor:
DANIEL ARTURO DONOSO GALLEGOS

AÑO
2011

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el/la estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

Máster Diego Alejandro Chicaiza Ayala
C.C. 1710632629

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

Daniel Arturo Donoso Gallegos
C.C. 171270629-8

AGRADECIMIENTOS

Primero quiero agradecer a mis papás, que sin su esfuerzo, ejemplo, fortaleza y amor, no hubiera alcanzado todas mis metas y proyectos, a mis hermanos que siempre han estado ahí, apoyándome en todas las carreras en las que me he metido, aprendiendo conmigo, y a mis tíos y primos que también me apoyan en cada momento de mi vida de varias maneras, en algunos casos incluso misteriosas.

Quiero también agradecer a todos los profesores que me han dado su enseñanza, desde el principio de toda mi vida estudiantil, sin sus conocimientos y experiencia yo no hubiera aprendido tanto de la vida como lo he hecho y no me hubiera convertido en quien soy ahora.

A todos mis queridos amigos, con los que siempre puedo contar tanto en los buenos como malos momentos, por toda su paciencia, consejos, apoyo y cariño que siempre van a estar guardados en mi corazón.

Tengo que dar unos agradecimientos puntuales para la consecución de esto que es mi Tesis. A Xavier que sin su presión y acciones no hubiera conseguido la prórroga jamás, a Ery que estuvo a mi lado apoyándome y ayudándome en varios aspectos importantes en mi vida, a Carlos Larreátegui que hizo posible que pueda entregarla, a José Martinod que confió en mí y me tuvo la paciencia para entender y ayudar en la realización del proyecto, y a mi profesor guía Diego Chicaiza que ha estado ahí en cada parte de este proceso con consejos oportunos y ánimo.

Por último pero de manera muy especial a mi Gu Hermosa que siempre ha estado para mí en todos los momentos de mi vida convirtiéndose en mi ángel, en mi inspiración, y en lo referente a este proyecto, en el empujón para la conclusión de la Tesis.

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a mi madre y a mi hermano Bernardo, que aunque no están físicamente aquí conmigo, los siento en cada instante de mi vida guiándome y levantándome cuando me he caído, porque son mi ejemplo de vida por su fuerza y valor.

RESUMEN

El presente trabajo de titulación tiene como finalidad principal, presentar un proyecto de diseño de una imagen y un rediseño para una nueva señalética para el Estadio Olímpico Atahualpa, para que así, el estadio se vea como un ente independiente de la Concentración Deportiva de Pichincha y que los usuarios tengan un mejor escenario deportivo y se les facilite el uso del mismo.

La Concentración Deportiva de Pichincha tiene muchos escenarios deportivos, sin embargo no maneja una imagen para cada uno, ni siquiera una imagen que los englobe a todos, es por esto que se debe independizar cuando menos en lo referente a imagen a cada sitio.

Los equipos grandes ecuatorianos como La Liga Deportiva Universitaria de Quito, el Club Sport Emelec y el Barcelona Sporting Club de Guayaquil, tienen sus propios estadios, y estos manejan una imagen para satisfacer al usuario y atraerlo para apoyar a su equipo, en el caso del Estadio Olímpico Atahualpa, Marathon Sports, ha aprovechado su auspicio a la selección ecuatoriana de fútbol para crear una pseudoseñalética que fomente el apoyo del aficionado a la selección, sin embargo, no le da una imagen real al inmueble.

El conflicto visual del aficionado es inmenso en el Estadio Olímpico Atahualpa, la señalética actual tiene muchísimas fallas que hay que corregir, por lo que este proyecto es muy importante.

El diseño de una imagen corporativa y sistema señalético propios para el Estadio Olímpico Atahualpa es una respuesta al enorme problema que genera la actual imagen y obviamente el actual sistema señalético para el usuario.

El usuario del Estadio Olímpico Atahualpa tendrá mayor facilidad para ubicarse dentro y fuera del inmueble, ahorrará tiempo y tendrá una mayor

comodidad a la hora de ir a disfrutar de los eventos deportivos o artísticos que se realizan en ese lugar.

ABSTRACT

This diploma work has, as main purpose, to present an image design project and a signature redesign for the Atahualpa Olympic Stadium, so, the stadium could be seen as an independent entity of the Pichincha Sports Concentration and for the users to have a better sports arena and facilitate its use.

The Pichincha Sports Concentration has many sports arenas, but does not handle an image for everyone, even an image that encompasses all, this is why that these places must be independent at least regarding to an image for each place.

The big ecuadorian teams like, “Liga de Quito”, “Emelec” and “Barcelona” of Guayaquil, have their own stadiums, and they handle an image to suit the user and entice them to support their team, in the case of Atahualpa Olympic Stadium, Marathon Sports taking advantage of its Ecuadorian soccer team sponsorship, made a bad signature only to bring support to the ecuadorian soccer selection, however, does not give a true picture to the building.

The user visual conflict is immense at the Atahualpa Olympic Stadium, the current signage has many flaws to be corrected, so this project is very important.

The design of a corporate image and signage system for the Atahualpa Olympic Stadium is a response to the huge problem that generates the current image and obviously the current signage system for the user.

The Atahualpa Olympic Stadium user will be able to settle in and outside the building easier, save time and have a greater comfort when going to enjoy the sporting or arts events that take place there.

ÍNDICE

Introducción.....	1
1. CAPÍTULO I	
ELESTADIO OLÍMPICOATAHUALPA,	
ANTECEDENTES HISTÓRICOS Y	
PROBLEMA ACTUAL	3
1.1. Antecedentes Históricos.....	3
1.1.1. Resumen	3
1.1.2. Historia.....	4
1.2. El Problema.....	8
1.2.1. Formulación del Problema	8
1.2.2. Objetivo General.....	11
1.2.3. Objetivos Específicos	11
1.2.4. Propuesta de solución	12
2.- CAPÍTULO II	
Diseño Gráfico, Conocimiento y Herramienta de	
Creación	13
2.1. El Diseño Gráfico.....	13
2.1.1. Definición del Diseño Gráfico	13
2.1.2. Teoría del Color	15
2.1.3. Composición.....	17
2.1.4. Ilustrador.....	18
2.1.5. Aplicación del Diseño Gráfico al Proyecto	19
2.2. El Diseño Editorial, Base de todo material escrito....	20
2.2.1. Definición del Diseño Editorial.....	21
2.2.2. Tipografía	21
2.2.3. Formato.....	22
2.2.4. Indesign.....	23
2.2.5. Aplicación del Diseño Editorial al proyecto.....	23

2.3. La imagen y el mundo que nos rodea	24
2.3.1. Definición de imagen	25
2.3.2. Fotografía.....	26
2.3.3. Photoshop.....	27
2.3.4. Aplicación de la fotografía al proyecto.....	27
2.4. Arte expresión del alma	28
2.4.1. Definición de Arte.....	28
2.4.2. Dibujo	28
2.4.3. Aplicación del Arte al proyecto.....	29
2.5. Diseño Industrial, Fondo y Figura de todos los objetos que nos rodean	30
2.5.1. Definición del Diseño Industrial.....	30
2.5.2. Material.....	30
2.5.3. Aplicación del Diseño Industrial al proyecto	31
3.- CAPÍTULO III	
SEÑALÉTICA, GUÍA GRÁFICA EMPRESARIAL....	32
3.1. ¿Qué es la Señalética?	32
3.2. Historia de la Señalética	32
3.3. Íconos.....	34
3.3.1. Definición de Ícono	34
3.3.2. Simplificación de la Imagen	35
3.4. Tipos de Señalética.....	36
3.4.1. Señalética Corporativa	36
3.4.2. Señalética en escenarios deportivos	37
3.4.3. Aplicación de la Señalética al proyecto	37
4.- CAPÍTULO IV	
PROPUESTA DE REDISEÑO DE LA IMAGEN Y	
SEÑALÉTICA DEL ESTADIO OLÍMPICO	
ATAHUALPA	39

Conclusiones.....	45
Recomendaciones	47
Bibliografía.....	49
Anexos	52

INTRODUCCIÓN

En la actualidad los diversos escenarios, principalmente deportivos, manejados por organismos públicos, o gobiernos sectoriales, mantienen una imagen obsoleta y remendada desde sus inicios, por lo que visualmente carecen de atractivo estético, y además mantienen un desorden y desorganización únicamente producido por la falta de interés por mejorar esta imagen y su correspondiente señalética.

Sin embargo, hay una razón para todo esto, aunque no es un justificativo, la falta de interés de las autoridades para mantener los estadios, coliseos, canchas o complejos, impide que se destinen fondos específicamente para que el usuario se sienta atraído a tal o cual lugar para asistir a los eventos que en ellos se realizan. La economía de las organizaciones a cargo de los diversos escenarios deportivos, es insuficiente para toda la demanda que requieren pues los pocos fondos que tienen, sirven para sueldos del personal, logística de los atletas, material deportivo adecuado y reglamentario, y mantenimiento básico de los escenarios en sí como los principales.

El afectado con esto es principalmente el usuario que asiste a disfrutar del espectáculo deportivo de su preferencia en uno de estos lugares pues en muchos de estos escenarios deportivos, si no en todos, no es factible ubicarse por las precarias condiciones de la señalización interna y externa del inmueble. En el caso específico que atañe a esta tesis, el Estadio Olímpico Atahualpa, perteneciente a la Concentración Deportiva de Pichincha, es un ejemplo claro y conciso de esta situación y por ello, siendo un lugar tan importante, inclusive llegando a ser considerado ícono por los aficionados al deporte del fútbol, era necesario hacerle el objeto de estudio y solución del problema para este proyecto de titulación de Diseño.

Así, con el único afán de mejorar la situación expuesta, se ha definido la realización de este proyecto académico como propuesta que sirva como base

para que los escenarios deportivos se renueven y mantengan sus bien ganadas glorias en todos los ámbitos deportivos en los que se desempeñan como sedes para todos los eventos para los que son requeridos.

CAPÍTULO I

EL ESTADIO OLÍMPICO ATAHUALPA, ANTECEDENTES HISTÓRICOS Y PROBLEMA ACTUAL

1.1.- Antecedentes Históricos

1.1.1.- Resumen

El Estadio Olímpico Atahualpa es un escenario polideportivo inaugurado oficialmente el 25 de noviembre de 1951, tiene capacidad para 40.000 espectadores repartidos en 6 localidades: General Nor Occidental, General Nor Oriental, General Sur, Preferencia, Tribuna y Palcos. Se encuentra ubicado en la Avenida 6 de Diciembre y Naciones Unidas, en el sector de El Batán, al norte de la ciudad de Quito-Ecuador a 2.800 metros sobre el nivel del mar.

Imagen 1.1. Foto de la Viscera del Estadio Olímpico Atahualpa



Fuente: <http://estadios.info/estadio-olimpico-atahualpa/>

El estadio, principalmente en la actualidad es utilizado para jugar fútbol, inclusive es el estadio donde juega de local la Selección Ecuatoriana de Fútbol, pero está diseñado, al ser un estadio (OLÍMPICO) además para competencias de atletismo por lo que cuenta con una pista sintética y en la cancha hay

espacios específicos para prácticas como la jabalina, lanzamiento de bala y martillo, entre otras disciplinas, por último también es utilizado para la presentación de espectáculos artísticos.

1.1.2.- Historia

Este escenario deportivo fue inaugurado el 25 de noviembre de 1951 con un torneo cuadrangular amistoso en el cual participaron por Ecuador los equipos de Río Guayas y la Selección de Pichincha, y por Colombia las escuadras de Cúcuta Deportivo y el Boca Juniors de Cali. Durante el día inaugural al cual asistieron con la presencia de José Ricardo Chiriboga, Alcalde de Quito (1949-1951), Guillermo Lasso Pastor más conocido amistosamente como Lolo Lasso, Presidente de la Concentración Deportiva de Pichincha y Galo Plaza Lasso, Presidente del Ecuador (1948-1952).

Durante el día inaugural cayó una fuerte lluvia sobre la ciudad de Quito lo que impidió que se termine de jugar el encuentro que empataban a 2 goles la selección de Pichincha y el Boca Juniors de Cali de Colombia, el cual fue suspendido a los 70 minutos de juego. El campeón de este cuadrangular fue el Cúcuta Deportivo de Colombia.

El estadio cumplió un gran papel en el fútbol local, ya que antes de la construcción e inauguración del Estadio de Liga Deportiva Universitaria y del Estadio de Sociedad Deportiva Aucas, Liga Deportiva Universitaria de Quito y Aucas hacían de locales en este escenario deportivo además de otros clubes quiteños como el Espoli, el América de Quito, el España, el Politécnico, el Nueve de Octubre de Guayaquil, el Shyris, el Puebla Junior, el San Lorenzo y el 10 de agosto, que no tienen estadio propio hasta el día de hoy.

El 1 de Julio de 1973 el Estadio Olímpico Atahualpa fue por primera vez la actual sede de un partido de eliminatorias mundialistas. En aquella ocasión se enfrentaron Ecuador y Uruguay en un encuentro que era clasificatorio para

el mundial de Alemania 1974, la tricolor cayó 2 - 1 ante la celeste. Pero el 31 de marzo de 1985 en este estadio se enfrentaron Ecuador y Uruguay una vez más en un encuentro que ganó el local venciendo 2 - 0, correspondiente a las eliminatorias para el mundial de México 1986. A partir de ese entonces, el Olímpico Atahualpa ha sido la sede de la Selección Nacional.

En 1993 fue una de las sedes de la Copa América celebrada en Ecuador. Con la presencia de las principales autoridades del Ecuador, la Federación Ecuatoriana de Fútbol (FEF), la Dirección Nacional de Deportes, Educación Física y Recreación (DINADER) (luego Secretaria Nacional de Deportes, Educación Física y Recreación (SENADER) hoy Ministerio del Deporte) y la Confederación Sudamericana de Fútbol (CONMEBOL). Aquí se jugó el primer partido del certamen disputado por la Copa América Ecuador 1993, el 15 de junio de ese año, entre la selección anfitriona y la de Venezuela, ganó el anfitrión con un notorio 6 - 1. Anotaron los goles de la tricolor Carlos Muñoz Martínez (†) (1) a los 19 minutos del primer tiempo quien seis meses después falleció víctima de un trágico accidente de tránsito.

En 1995 el Atahualpa fue una de las sedes del Campeonato Mundial Sub-17 celebrado en Ecuador. Con la presencia de las mismas autoridades asistentes en la copa América de 1993 más la Federación Internacional de Fútbol Asociado (FIFA) aquí se jugó el primer partido del certamen disputado en este estadio por el Campeonato Mundial Sub-17 Ecuador 1995, Ecuador clasificó a los cuartos de final de este torneo.

Imagen 1.2. Foto del festejo de Eduardo Hurtado en las Eliminatorias

Francia 98

Fuente: <http://www.vustv.com/yJVELJ7D0mmww>

Entre 1996 y 1997 fue sede de 6 de los 8 partidos de eliminatorias para el mundial de Francia 1998. El 2 de junio de 1996 la Selección de Ecuador se enfrentó a Argentina en una revancha popular, con un impresionante lleno total en los graderíos, tribunas, generales, preferencias y palcos, momento histórico al ser el primer y único triunfo oficial de Ecuador sobre Argentina por las eliminatorias sudamericanas hasta ese momento con un 2 - 0.

Desde el 29 de Marzo del 2000, cuando arrancó un nuevo proceso eliminatorio rumbo al mundial de Corea y Japón 2002, este estadio se considera cariñosamente como La Casa de la Selección Ecuatoriana de Fútbol; se disputaron en este escenario 7 de sus 9 encuentros clasificatorios para el mundial mencionado. Dichas eliminatorias resultarían las más gloriosas y recordadas de la historia futbolística ecuatoriana, ya que se logró vencer por primera vez a la Selección de Brasil (1 - 0 con gol de Agustín Delgado), y también porque el 7 de noviembre de 2001 Ecuador consiguió la clasificación por primera vez a un mundial de fútbol al empatar 1 - 1 de local ante Uruguay. Cuatro años más tarde, en las siguientes eliminatorias para el mundial de Alemania 2006, la Selección del Ecuador disputó sus 9 encuentros como local en este estadio y terminó invicto. Gracias a su buena campaña obtuvo a

conseguir una nueva clasificación a un mundial de fútbol el 8 de octubre de 2005, al empatar sin goles en su último partido eliminatorio en Quito ante Uruguay.

La Concentración Deportiva de Pichincha, empresa propietaria del escenario, remodeló en ese entonces la zona de palcos y tribunas, en donde se colocaron unas butacas de color amarillo, azul y rojo, reduciendo la capacidad del escenario de 45.000 a 40.000 espectadores. Igualmente fueron remodeladas las zonas de vestuarios y accesos al campo de juego, las cuales quedaron en perfecto estado (para las exigencias de ese entonces), actualmente esta remodelación se hace una vez más necesaria pues estas instalaciones están en una situación bastante precaria.

En mayo de 2007 la FIFA arbitrariamente prohibió la realización de partidos internacionales oficiales en estadios localizados a más de 2.500 metros de altura pero luego de poco tiempo gracias a los esfuerzos y protestas de las federaciones de fútbol de Ecuador y Bolivia, apoyados por la mayoría si no todas las federaciones de fútbol de Sudamérica, esta medida fue vetada.

El 2011, el Estadio Olímpico Atahualpa fue la sede del Campeonato Sudamericano Sub-17 Ecuador 2011.

En competencias polideportivas, este estadio acogió los V Juegos Bolivarianos Quito y Guayaquil 1965, y a nivel nacional, fue sede de los III Juegos Nacionales Quito 1974. También fue y sigue siendo sede de distintos eventos deportivos a nivel provincial y local.

Asimismo, este local deportivo es escenario para varios eventos de tipo cultural, especialmente conciertos musicales (que también se realizan en el Coliseo General Rumiñahui y en la Plaza de Toros Quito).

Cabe recalcar que adjuntos al estadio se encuentran el Coliseo General

Rumiñahui y Coliseo Julio César Hidalgo, que también son sedes de distintos deportes como: el baloncesto, el voleibol y el fútbol, y que también se usa mucho para conciertos musicales.

Datos arquitectónicos básicos:

- El estadio tiene 15 puertas, donde en caso de estar lleno se lo puede evacuar en el lapso de 10 minutos.
- En la obra estuvieron 300 peones
- Se utilizaron 70.000 quintales de cemento.
- Se desbancó 170.000 metros cuadrados de tierra.
- La pista deportiva tiene un área de 35.000 metros cuadrados.
- Tiene una fosa de 2 metros de ancho por 2 de profundidad.

1.2.- El Problema

1.2.1. Formulación del Problema

El Estadio Olímpico Atahualpa se ha convertido en “el escenario deportivo más famoso e importante del Ecuador, al ser considerado como la casa de la selección ecuatoriana de fútbol”,¹ y los aficionados que llegan a él tienen el problema de no saber cómo orientarse, siendo la causa la mala señalización que en el estadio existe, así el usuario se confunde mucho sin saber exactamente por cuál de las 15 puertas de acceso entrar ni cómo llegar al sector definido en su entrada. Usando como ejemplo, en la localidad de general hay tres sectores, (SUR, NOR ESTE, Y NOR OESTE), el que recepta la entrada solo lee que el individuo va a general, pero no lee el sector, y como el usuario en algunas ocasiones no sabe discernir el norte del sur o el oriente

¹ **CONCENTRACIÓN DEPORTIVA DE PICHINCHA**; “Escenarios/Estadio Olímpico Atahualpa”; Estadio Olímpico Atahualpa, la casa de la selección ecuatoriana de fútbol; ECUADOR; Página de la Concentración Deportiva de Pichincha año 2007; <http://www.cdp.com.ec/cdpjo/content/view/34/52/>

de occidente, pierde tiempo buscando la puerta en lugar de llegar a ocupar un buen lugar directamente en la localidad que le corresponde.

Según los datos recogidos en la Concentración Deportiva de Pichincha, el Estadio Olímpico Atahualpa tiene capacidad para 40.948 y recibe un promedio de 40.000 aficionados² por partido, esta cantidad de gente no tiene guía adecuada para saber donde formarse ni que hacer así que cada persona que llega obtiene información (no siempre fiable), generalmente de el aficionado que llegó antes y si no es el caso, de la fuerza pública, este problema se repite una y otra vez, además, una vez ubicada la localidad, no se sabe si la puerta que tiene en frente lo llevará al sitio que tiene en su mente o a otro por lo que se opta por llegar lo más temprano posible al estadio y soportar horas de espera, pues a pesar de que en la entrada que posee cada aficionado está especificada la localidad y la puerta por donde ingresar al estadio, en cada puerta está un letrero viejo y en algunas ocasiones dos o tres letreros de diversas actualizaciones, que en lugar de ayudar confunden aún más a la gente que desesperada entra por donde le dejen. Luego al entrar a la edificación, ya no hay más información, o si la hay es prácticamente invisible y al aficionado le es molesto ubicarse bien para lograr sentarse en el puesto de su predilección, además en cualquier caso de emergencia las salidas no están correctamente señalizadas haciendo que la gente se aglomere y se atropelle al momento de buscar un espacio para salir o sin ir tan lejos como en una emergencia, el caso se evidencia también en el momento de ir al baño, pues el hincha que quiere ir, debe buscarlo en lugar de ser guiado a él por señales dispuestas para el efecto.

Este hecho no es tomado con la importancia que merece por las autoridades competentes por cuanto se considera que las personas que asisten a los eventos ya conocen el estadio por completo desde cómo entrar o cómo salir, dónde se encuentran los baños o dónde se encuentra un puesto de

² **ECUADOR.US**; "Quito-Ecuador"; Estadio Olímpico Atahualpa; ECUADOR; Página blog de Quito-Ecuador año 2008;
http://www.ecuador.us/quito/hotels/quito/el_estadio_olimpico_atahualpa/

auxilio y demás necesidades que la gente requiere al momento de disfrutar de un día de fútbol en el estadio, pero aunque la mayoría de la gente conozca todo esto, es obligación de el estadio tener una correcta señalización dentro y fuera del escenario deportivo para que tanto el usuario que conozca como el que no, tengan la capacidad de ubicarse plenamente en el exterior e interior del edificio.

En el país hay por lo menos un estadio de fútbol profesional en cada ciudad, y en la mayoría de ellos el aficionado se encuentra con el mismo problema. En pocos casos, los estadios están correctamente señalizados, o tienen muy pocas quejas por parte del ciudadano que asiste, estos estadios son los que pertenecen directamente a un equipo de la primera división, que a razón del marketing del equipo, necesitan mantener una imagen en el público, principalmente en sus hinchas, quienes van a ir a apoyar al equipo de sus amores cada semana así que invierten en mejoras al estadio como parte de sus gastos anuales, cosa que no sucede en estadios estatales.

Los estadios de fútbol de nivel mundial, de equipos de las mejores ligas del mundo no tienen este inconveniente, poseen como se explicó una imagen que mantener frente al aficionado y no escatiman gastos al momento de mejorar la comodidad del hincha que acude al escenario deportivo a apoyar a su equipo.

Imagen 1.3. Foto de la actual Boletería Sur



Fuente: Fotografía realizada para el estudio de campo por Daniel Donoso

La otra parte del problema radica en la focalización del fútbol, sobre todo en lo referente a la Selección Ecuatoriana en el Estadio Olímpico Atahualpa, siendo un estadio “Olímpico” debería ser considerado como tal. Los deportes Olímpicos que en el estadio se practican no tienen el apoyo de la Concentración Deportiva de Pichincha, por lo que sus gimnasios u oficinas están en muy precarias condiciones. Las personas que asisten al estadio realmente no saben que ahí se practican otros deportes además del fútbol, consideran que el decir Estadio OLÍMPICO Atahualpa es un mero nombre, siendo en realidad que es un estadio, que este estadio es OLÍMPICO y que su nombre es Atahualpa.

1.2.2. Objetivo General

Determinar las estrategias del Diseño Gráfico e Industrial para la elaboración de una nueva señalética para el Estadio Olímpico Atahualpa.

1.2.3. Objetivos Específicos

1.- Independizar al Estadio Olímpico Atahualpa como ente autónomo con imagen propia a pesar de pertenecer a la Concentración Deportiva de Pichincha.

2.- Guiar eficazmente al usuario dentro y fuera de este escenario deportivo.

3.- Desenfocalizar al Estadio Olímpico Atahualpa del fútbol, para devolver la importancia a las demás disciplinas olímpicas, en vista de que éste es un estadio olímpico.

1.2.4. Propuesta de solución

El Estadio Olímpico Atahualpa merece que se invierta capital en el rediseño de su imagen, señalética, y remodelación por lo menos de los vestuarios de de portistas y árbitros, por lo que con este proyecto se espera realizar una propuesta viable y atractiva para que las autoridades del inmueble auspicien su realización.

Inicialmente es necesario cambiar toda la señalética obsoleta, cambiar la pintura total del estadio, refaccionar todo lo que está defectuoso para después poder entrar en un proceso de rediseño gráfico estableciendo parámetros y facilitando el uso de estas por parte de las personas que asisten al edificio.

Con una imagen propia creada exclusivamente para el Estadio Olímpico Atahualpa, el usuario ya tendría un aliciente para visitarlo, la Concentración Deportiva de Pichincha adquiriría prestigio, y los atletas se verían beneficiados en muchas maneras, empezando por los camerinos y terminando en la pista y cancha. La imagen que se propondría, estaría estudiada de acuerdo con las encuestas realizadas para el propósito, recaudando información del propio estadio y desenfocando la idea actual centrada en el fútbol, y ampliando la gama de deportes realizados en el estadio, para volverlo notoriamente un escenario Olímpico en el cual obviamente estaría incluido el fútbol.

La propuesta está realizada en 3 partes fundamentales dentro del Diseño, la parte gráfica, la parte editorial, y la parte industrial, estas tres facetas del Diseño, serán detalladas oportunamente en los siguientes capítulos de esta misma tesis, pero se puede adelantar que la parte gráfica contempla todo lo relacionado con la imagen corporativa del estadio y es la base total para todo lo demás, la parte de Diseño Editorial está plasmada en el manual corporativo que es el producto final de este proyecto, y el Diseño Industrial está en la materialización del rediseño de toda la señalética dentro y fuera de las instalaciones del Estadio Olímpico Atahualpa.

CAPÍTULO II

DISEÑO GRÁFICO, CONOCIMIENTO Y HERRAMIENTA DE CREACIÓN

2.1.- El Diseño Gráfico

El proceso creativo que lleva a un Diseñador a la consecución de un proyecto visual, es un conjunto de elementos muy complejo, pues el Diseño conseguido debe lograr expresar con su mera visualización ese algo que el Diseñador quiso expresar al crearlo.

El Diseño es, en muchos sentidos Arte, sin embargo se diferencia de este por el simple hecho de que en el caso del Diseño, el producto final tiene además de los elementos subjetivos de la obra de arte, el estudio de elementos necesarios dentro de diversas disciplinas como la semiótica y la tipografía que el Diseñador debe tomar en cuenta además de muchísimos otros elementos que conforman el Diseño en sí.

Cada Diseño es un reflejo de quien lo diseña, y en sí de la sociedad en la que fue creado, la expresión lograda en cada elemento de Diseño en cada parte del mundo es distinta por lo que la versatilidad que se puede conseguir según lo que se quiera representar, o se requiera reflejar es infinita.

2.1.1.- Definición del Diseño Gráfico

El Diseño Gráfico para muchas personas es una forma de demostrar una factibilidad en la utilización del color, la imagen y la actitud, la forma de englobar todo en un solo concepto es la manera que tiene el diseño gráfico para definir tanto una idea como crear conceptos propios.

Una definición exacta del Diseño Gráfico sería según la investigación una utopía, no porque no exista, sino porque sería una unificación de definiciones escritas en varios textos, por esto se definiría al Diseño Gráfico como el uso de todas las artes y expresiones visuales para comunicar al público en general una idea, un concepto, un producto o una expresión mediante la creación de un objeto visual que envuelva los elementos necesarios para que sea digerido por el observador de inmediato. Para el diseño sin embargo hay una mayor cantidad de opciones en definición, siendo un término tan amplio, engloba actividades interrelacionadas y por ello, puede ser considerado un término híbrido.

Curiosamente André Ricard en su libro “Diseño ¿Por qué?” da una definición muy interesante de Diseño, “... el término inglés *design* es mucho más adecuado y explícito que <<diseño>>...” y continúa con una explicación del por qué diciendo: “El verbo *to design* –además de *dibujar, trazar*, cuya equivalencia es el verbo <<diseñar>>- significa también: *designar, destinar*. El sustantivo *design* significa, a la vez, *dibujo* y también *designio, intención, fin*.”³ Esto, explica el autor, que es un significado vigente en el idioma inglés, pero que en las divisiones de las lenguas latinas y en sus separaciones verbales el significado se perdió en el proceso. (Ricard, 1982, p. 168).

El uso del Diseño Gráfico es universal, es tan antiguo como el hombre en la Tierra, desde que el hombre empezó a comunicar, empezó a diseñar, por lo que el Diseño Gráfico “Nos envuelve comunicando, decorando o identificando: aporta significados y trasfondo a nuestro entorno vital.”⁴ (Newark, 2002, p. 6).

³ RICARD, ANDRÉ, *Diseño ¿Por Qué?*, Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SA de CV (1982); pp. 168.

⁴ NEWARK, QUENTIN, *¿QUÉ ES EL DISEÑO GRÁFICO? MANUAL DE DISEÑO*, México: Ediciones G. Gili, SA de CV (2002); pp. 6.

2.1.2.- Teoría del Color

“El color es la forma más inmediata de comunicación no verbal”⁵ Porque el color provoca sensaciones y comportamientos subjetivados con el paso del tiempo y la evolución del ser humano. (Ambrose/Harris, 2005, p. 6).

En el Diseño una parte fundamental para la buena consecución de un proyecto, es manejar muy bien la teoría del color, que no es más que la correcta combinación de todos los colores del espectro visible de acuerdo a los parámetros de criterio para los diferentes tipos de contrastes.

Imagen 2.1. Círculo Cromático



Círculo Cromático

Fuente: <http://colorinnature.wordpress.com/2011/04/09/circulo-cromatico/>

Contrastes como Cálido-Frío, Claro-Oscuro, entre Complementarios, por Valores, y por Saturación. Utilizar bien estas combinaciones de color, llevará a

⁵ **AMBROSE / HARRIS, GAVIN / PAUL, COLOR**, Barcelona: Parramón Ediciones (2005); pp. 6.

la realización de un buen proyecto, un proyecto con resultados favorables para el diseñador.

El Contraste Cálido-Frío es aquel que se genera combinando colores en la gama cálida (rojo, naranja, amarillo) con colores de la gama fría (verde, azul, violeta) según como se dé prioridad al fondo y la forma, la composición dará un aire cálido o un aire frío, así el diseñador debe comunicar también cesaciones físicas mediante la percepción visual de uno u otro tipo de contraste.

El Contraste de Claro Oscuro es más común, se genera combinando colores claros (amarillo, naranja, rosado) con colores oscuros (Morado, Azul), este contraste también permite la utilización de los llamados colores neutros como negro, blanco y gris, la mezcla de colores del círculo cromático con estos, provoca la gama de colores claros y oscuros de acuerdo al porcentaje de negro o blanco que se añada al color inicial, (este tipo de mezclas de color solo puede ser realizado en los colores pigmento o CMYK).

Los contrastes entre colores complementarios, son aquellos que es factible hacer de acuerdo a la ubicación de los colores dentro del círculo cromático, es decir, el orden único dentro del círculo cromático, permite que la ubicación opuesta de colores, sea un fuerte contraste, y produzca una composición armónica, por ejemplo, el azul cian, es complementario directo del naranja, así una composición con este contraste es una composición de colores complementarios, pero si se toma en cuenta lo explicado anteriormente, también provocaría contraste cálido-frío.

En el ámbito de la teoría del color, los contrastes son muy importantes, por lo que se generan contrastes curiosos, como los de contrastes por valor, esto quiere decir que por comparación en contraste simultáneo, un mismo color puede adquirir mayor o menor valor, de acuerdo con el fondo en el que sea expuesto, o sea, si colocamos un alto contraste con un color amarillo en fondo violeta, y al lado un bajo contraste del mismo color amarillo sobre fondo naranja

o verdoso, pues el valor del amarillo será mayor mientras más fuerte se vea el contraste.

La saturación es otro contraste curioso dentro de la teoría del color, es la utilización de mezcla de un color puro con blanco, negro o gris para colocarlo sobre otro color primario o bien sobre un secundario complementario, mientras más blanco se le añada al color, menos saturado está, y lo contrario con la adición del negro, una curiosidad de este contraste es que el color que menos cambia con estas mezclas, es el verde.

Por esto, en el diseño, que se utilice correctamente según la necesidad, uno u otro de los contrastes aquí descritos, es lo que provoca que un producto adquiera valor visual o lo pierda. Considerando que según la experiencia visual de cada persona, el color es captado mucho antes que la forma o la textura, pues según el color cada persona tiende a reaccionar de forma distinta, sin embargo la gran mayoría está condicionada por el instinto a reaccionar de maneras específicas según el color existente, por lo que el uso correcto del color en tal o cual diseño derivará en el funcionamiento o no del mismo.

2.1.3. Composición

Para componer, es necesario tener el criterio adecuado para no cometer errores en el momento de armar o crear un elemento visual. El criterio es lo que permite que un diseñador pueda discernir qué contraste aplicar en su diseño, y qué elementos pueden ser utilizados para que gráficamente el diseño sea adecuado y maneje un buen equilibrio dentro de la composición.

2.1.4. Ilustrador

El Ilustrador es una herramienta del Diseño Gráfico que sirve para graficar digitalmente cualquier elemento que se requiera para un diseño en particular. El Ilustrador es un programa de la familia de Adobe que está estrechamente ligado con el diseño, existen varias versiones del programa según el año de desarrollo, en el caso de este proyecto, la versión utilizada es la de Ilustrador CS3, (Creative Suite 3).

Se denomina herramienta al Ilustrador porque es un programa que le sirve al diseñador para que pueda plasmar lo que se encuentra en su cabeza, el diseñador utiliza todos los elementos que posee el Ilustrador para optimizar la manipulación del elemento diseñado y el peso del archivo al final del diseño.

Al trabajar con Ilustrador, el diseñador puede crear elementos geoméricamente correctos con curvas medidas, con inclinaciones precisas, equilibrio visual correcto, y demás elementos que caracterizan a un diseño. El diseñador empieza plasmando en el papel la idea que tiene, dibuja a mano lo que su mente ha creado, sin embargo, a pesar de que se haga con meticulosidad, ese producto siempre va a ser un boceto, este boceto debe ser escaneado y con el ilustrador pulido para perfeccionarlo, definir los colores más adecuados y corregir las pequeñas fallas que generalmente la mano comete y que el programa no.

El Ilustrador tiene toda la gama de color tanto tangible como intangible, o sea, tanto los colores RGB cuanto los colores CMYK, el diseñador debe discernir entre ellos a la hora de crear un producto, pues cada tipo de color es adecuado para una cosa específica, para impresión siempre se debe usar el CMYK y para medios digitales el RGB, si se usa equivocadamente, en impresión se va a notar el cambio porque el color varía de la pantalla al papel, y al contrario el peso del archivo problematizaría el trabajo digital.

Esta herramienta de diseño es la base gráfica para todo proyecto de cualquiera de los enfoques que tenga. A partir del Ilustrador, el diseñador gráfico puede crear logos, uniformes, piezas de papelería, escudos, muebles, espacios, etc... o sea es virtualmente infinita la cantidad de cosas que puede hacer el diseñador con este programa, solo limitado por su propia imaginación.

2.1.5. Aplicación del Diseño Gráfico al Proyecto

En este proyecto, el Diseño Gráfico es completamente indispensable. Para empezar, la propuesta intenta crear una nueva imagen para el Estadio Olímpico Atahualpa, esto quiere decir que el diseñador debe crear de la nada una imagen y plasmarla en todo lo que es el Estadio.

La aplicación gráfica al proyecto inicia con el Logo, en el Manual creado para esta propuesta se encuentra todo lo referente al diseño de esta nueva imagen, creándole una marca al Estadio Olímpico Atahualpa, el Logo salió después de crear y sacar bocetos de las ideas propias y de las personas encuestadas acerca de lo que el Estadio Olímpico Atahualpa representaba, o qué se les venía a la mente cuando pensaban en el Estadio, las respuestas encontradas ampliaron las posibilidades y sacaron gráficas que después derivaron en el Logo definitivo que se logró como se menciona en el Manual, unificando una simplificación de la pista atlética y de la antorcha olímpica, para esta gráfica se utilizaron los colores de las Olimpiadas pues al ser un estadio olímpico, pues se definió como lógico manejar esos colores en la nueva imagen.

El diseño gráfico se sigue viendo en las aplicaciones del logo en las diferentes piezas que componen la imagen integral del Estadio Olímpico Atahualpa, en las de papelería sobretodo se trabajó el concepto de todas las maneras posibles, y se definieron los colores adecuados para manejar la imagen de la mejor forma, se definió al azul marino como el color principal para todo, es un color que está fuera de los colores de las Olimpiadas que son los

colores secundarios de la imagen, pero principales en el Logo, por consiguiente fácilmente digerible como color primordial dentro de la imagen del Estadio Olímpico Atahualpa.

La aplicación del Diseño Gráfico sigue en todos los aspectos del proyecto, otro aspecto en el que entra es en los uniformes corporativos, se diseñaron algunas prendas, tanto para los funcionarios administrativos cuanto para los funcionarios operativos, en el caso de los administrativos, tienen uniformes formales y semiformales, o semideportivos según como se lo mire, y en el caso de los operativos, sus uniformes son deportivos y overoles, además se diseñaron también los uniformes de la seguridad, y también gorras, chompas, y accesorios por el estilo.

En cuanto a la señalética, el Diseño Gráfico se aplica profundamente, la necesidad de crear una imagen nueva para el Estadio Olímpico Atahualpa también obliga a crear un sistema señalético para cambiar el obsoleto existente, es así que se crearon letreros basados en la imagen creada, los isotipos para que gráficamente el usuario sepa como ubicarse, y las diferentes piezas que componen este sistema son una muestra más de la aplicación al proyecto.

Otra aplicación del Diseño Gráfico en el proyecto es el diseño de las entradas al Estadio Olímpico Atahualpa y los tickets de parqueo, estas dos piezas de la imagen del Estadio, son fundamentales pues el usuario debe adquirirlas cada vez que haya un evento en el inmueble, por lo que esta aplicación en particular le da al diseño una importancia mucho mayor.

2.2.- El Diseño Editorial, Base de todo material escrito

Dentro de las necesidades del proyecto está la de la creación del Manual de la imagen del Estadio Olímpico Atahualpa, para esto, el Diseño Editorial es

fundamental, pues mediante su utilización se crean los parámetros para que el manual sea digerible, cómodo, y útil.

El Diseño Editorial maneja todas las áreas de diseño escrito, es así como se puede diseñar un libro, una revista, un periódico, o un afiche mediante su uso. En el presente proyecto el Diseño Editorial fue utilizado desde el inicio, cuando se presentó un informe de la situación actual del Estadio Olímpico Atahualpa en el que se veía las falencias y necesidades de un proyecto de esta magnitud.

La creación de informes requiere el uso de algunas disciplinas dentro del Diseño, pues se usa fotografía e ilustración entre otras, sin embargo el armado de estos documentos, es únicamente responsabilidad del Diseño Editorial.

2.2.1. Definición del Diseño Editorial

El diseño editorial es una rama del diseño gráfico con la que el diseñador puede producir todo producto escrito, como libros, revistas, periódicos, etc... en el diseño de todo este tipo de materiales, el diseñador debe tomar en cuenta varios factores, como son: la tipografía, el interlineado, la maquetación, la composición, entre otras.

2.2.2. Tipografía

“La tipografía es el medio por el que se le puede dar una forma visual a una idea.”⁶ La tipografía es una parte muy versátil del diseño pues con ella se puede lograr que un diseño adquiera una connotación u otra desde volverlo apasionante, hasta político, pues una cantidad casi infinita de tipos de letra que

⁶ **AMBROSE / HARRIS, GAVIN / PAUL, TIPOGRAFÍA**, Barcelona: Parramón Ediciones (2005); pp. 6.

sigue en aumento cada día, permite al diseñador definir mucho más fácilmente una idea, o concepto tipográfico. (Ambrose/Harris, 2005, p. 6).

“Una tipografía es un conjunto de caracteres, letras, números, símbolos, puntuación (etc.), que tienen el mismo diseño característico. Una fuente es el medio físico utilizado para crear un tipo de letra, ya sea un código informático, una película litográfica, metal o madera tallada.”⁷ Se hace esta diferenciación pues es un error o confusión universal que se considere que una tipografía y una fuente sean lo mismo. (Ambrose/Harris, 2005, p. 16-17).

Los tipos de letras son tan variados que el diseñador debe conocer por lo menos los tipos generales básicos y así definir una tipografía específica según la necesidad del proyecto, o del cliente.

Dos factores muy importantes para la correcta utilización tipográfica en los diversos proyectos de un diseñador, son los de legibilidad y factibilidad de lectura, ambos términos muy similares entre sí tienen connotaciones distintas ya que la legibilidad es la distinción entre formatos de letras o diseño de tipos de letras parecidas pero no iguales o totalmente diferentes, es decir saber discernir entre una tipografía de otra, por otra parte, la facilidad de lectura es lo que se refiere a poder entender un texto de acuerdo a las propiedades del mismo. Por lo que el diseñador deberá estudiar muy bien cómo aplicar una tipografía a su proyecto.

2.2.3. Formato

El formato es la herramienta del diseño que define la presencia física de la pieza diseñada, generalmente poco tomado en cuenta en el momento de diseñar, pero que puede ser un factor muy importante si se lo utiliza de la mejor manera. Existen muchos formatos estándares, por lo que el diseñador no

⁷ **AMBROSE / HARRIS, GAVIN / PAUL, TIPOGRAFÍA**, Barcelona: Parramón Ediciones (2005); pp.16-17.

destina tiempo de diseño en crear un formato específico o nuevo para una pieza para un cliente o de un proyecto.

El diseñador entonces por lo menos debe definir el formato a utilizarse de acuerdo a los estándares que requiera el producto, dentro de los productos editoriales existen formatos muy variados que generalmente se agrandan o reducen exponencialmente.

2.2.4. Indesign

El Indesign es una herramienta de diseño, de la misma familia de adobe que sirve para armar un elemento editorial mediante la utilización de los productos realizados mediante la utilización de otras herramientas como el Ilustrador o el Photoshop.

Esta herramienta permite maquetar, armar, y diseñar un producto editorial de una manera fácil, ordenada y limpia, facilitando en gran medida el trabajo del Diseñador Editorial.

El Indesign como todo programa, evoluciona año a año, por lo que existen varias versiones del mismo al igual que el Ilustrador, del cual se habló previamente en este mismo texto, la versión utilizada para este proyecto en particular es la versión de CS3 (Creative Suite 3).

2.2.5. Aplicación del Diseño Editorial al proyecto

El Diseño Editorial es realmente una parte básica dentro del proyecto de diseño de la imagen del Estadio Olímpico Atahualpa, ya que los manuales, los informes, y todo material escrito, es diseñado, y armado mediante este tipo de diseño.

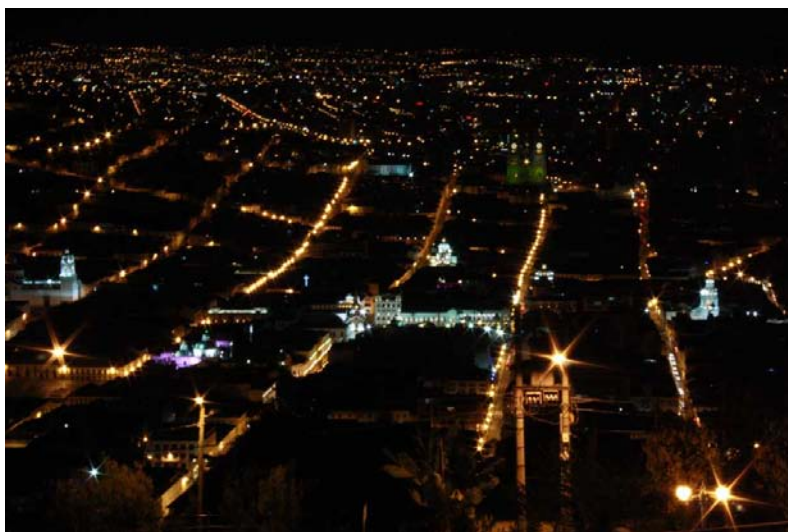
El manual que se realizó para este proyecto va a dar al Estadio una imagen más fuerte, más elegante, y va a ser una imagen propia que es lo más importante.

Este manual muestra inicialmente el Logo, toda su evolución de creación, sus medidas, sus usos, sus malos usos, etc... basado en eso, continúa el manual con las piezas de papelería interna, externa y tributaria de igual forma con sus medidas, y usos, dentro de estas piezas, se definieron tipografías para que el uso de textos en la imagen, sea consecuente, las tipografías son como se explicó anteriormente, los tipos de letras que se utilizan en un producto editorial, por ende el Diseño Editorial es aplicado también en ese aspecto, y también encontramos dentro del manual un espacio referente a lo que son las tipografías.

2.3. La imagen y el mundo que nos rodea

El ser humano, percibe el mundo con sus sentidos, unos más utilizados que otros, la vista es el sentido con el que nuestro cerebro capta cómo es el mundo que lo rodea, los colores, las formas, la luz, las sombras, el movimiento, son cosas que capta el ojo humano y que archiva el cerebro.

Imagen 2.2. Foto del Centro histórico de Quito desde el Panecillo 2011



Fuente: Fotografía realizada por Daniel Donoso

La imagen que el cerebro analiza y archiva cada segundo de la vida, está llena de todos los elementos para generar conocimiento y experiencia, al ver nosotros lo que tenemos delante, aprendemos algo más nuestro entorno, siempre un poco más. Desde el principio de nuestra vida generamos curiosidad de saber qué hay más allá, “ver el mundo”.

2.3.1. Definición de imagen

“La imagen hace referencia a los elementos gráficos que pueden dar vida a un diseño.”⁸ La imagen tiene muchas funciones dentro del diseño pues pueden comunicar con rapidez y claridad un mensaje, Las funciones de la imagen pueden ser de descripción, de contextualización, o de resumen de un argumento, por lo que se dice generalmente que “una imagen vale más que mil palabras”. (Ambrose/Harris, 2005, p. 6).

Imagen 2.3. Publicidad Restringida WWF



Fuente: <http://letzairaestefania.wordpress.com/2011/04/10/publicidad-creativa-y-la-wwf/>

La imagen en el Diseño es probablemente la herramienta más útil para un proyecto, pues con ella se puede mandar un mensaje y generar una respuesta positiva del público al cual va dirigida, sin embargo, una equivocada

⁸ **AMBROSE / HARRIS, GAVIN / PAUL, IMAGEN**, Barcelona: Parramón Ediciones (2005); pp. 6.

imagen puede provocar lo contrario y derrumbar cualquier buen proyecto pues inclusive puede llegar a contradecir lo que en los textos se dice.

El diseñador debe tomar en cuenta algunos parámetros a la hora de producir una imagen, estos parámetros son según el objetivo para el cual va a ser realizada dicha imagen, por ejemplo, la resolución, que debe ser alta para gigantografías, o baja para aplicaciones electrónicas o web, debe considerar también la fuerza de la imagen, la cantidad de elementos que tiene, el formato para el destino de la imagen, todos estos factores permitirán que el diseñador realice un trabajo adecuado con una imagen.

La imagen puede ser de varios tipos, puede ser una ilustración, una fotografía, o pueden ser serigrafía, grabados, pintura, (etc.), según el requerimiento de la imagen el diseñador debe definir qué tipo de imagen es la que le corresponde utilizar en determinado proyecto.

2.3.2. Fotografía

La fotografía forma parte del proyecto en varias partes, se necesitó la fotografía para aclarar el panorama de cómo se encontraba el Estadio Olímpico Atahualpa y poder plasmar en el informe al respecto la muestra del problema existente.

El ojo humano es un órgano muy sensible y delicado, pero sin embargo muy complejo, con este órgano el ser humano es capaz de conocer todo lo que tiene al frente, de acuerdo a eso, graba la imagen en el cerebro y aprende las formas, colores, y demás elementos de la imagen vista, por consiguiente cuando el ser humano vuelve a ver un elemento ya analizado por su cerebro a través del ojo, es reconocido.

La cámara fotográfica tiene una parte que trabaja exactamente igual que el ojo humano, esta parte es el lente, el lente de la cámara fotográfica, tiene los

elementos que le permiten captar la luz de maneras distintas y así capturar las imágenes de una manera óptima, la pupila en el ojo, tiene su similar en el diafragma de la cámara, mientras más luz existe, el ojo humano cierra la pupila para captar mejor lo que lo rodea, de la misma forma la cámara cierra el diafragma para que entre solo la luz suficiente para captar la imagen de la mejor manera.

2.3.3. Photoshop

El Photoshop es otra herramienta del Diseñador Gráfico que permite hacer ediciones de todo tipo a una imagen capturada, se pueden hacer montajes, cambios de tonalidades, e inclusive de tipo de color, así como se habló anteriormente en la parte de Ilustrador, en Photoshop también se puede cambiar de RGB a CMYK o a blanco y negro, depende de la necesidad del Diseñador.

Esta herramienta también de la familia de adobe, le sirve al Diseñador Gráfico para mejorar o bajar resolución de imágenes según el propósito de su uso, así en este proyecto fue usada innumerables veces para que las imágenes que se presentan tanto en el informe como en el manual estén en óptimas condiciones de resolución para la impresión.

El Photoshop al ser parte del Creative Suite como los otros programas utilizados para este proyecto, también tiene varias versiones, al igual que en el caso del Ilustrador y el Indesign, la versión del Photoshop que se utilizó en este proyecto, forma parte del CS3 (Creative Suite 3)

2.3.4. Aplicación de la fotografía al proyecto

En el proyecto la fotografía fue el inicio de todo el proceso pues mediante esta herramienta se pudo definir el informe de la situación actual del

estadio sacando fotos de toda la señalética y toda la situación general del Estadio Olímpico Atahualpa.

Al anotar toda la información, por más detallada que esta sea, nunca va a ser lo mismo que una imagen, tomando en cuenta esto, al hacer las fotografías del Estadio, se optimizó tiempo y se pudo ver perfectamente cada detalle a tomar en cuenta para la realización del proyecto.

2.4. Arte expresión del alma

2.4.1. Definición de Arte

El arte es un concepto muy subjetivo, es simplemente la exteriorización del sentimiento del artista. No hay una limitante en la definición pues en realidad, el arte es una idea que abarca muchos criterios, toda expresión podría ser considerada como arte, en realidad literalmente toda expresión es arte en definitiva, y hay un ejemplo muy claro en la obra ganadora del primer premio en la bienal de Cuenca del 2002, puesto que se trataba de la presentación de una tela de 4x2.10 mts. Recogida de una morgue en la que los fluidos corporales habían impreso la imagen de los cuerpos que en ella habían colocado, y en su ficha técnica ponía “Técnica: Sangre y fluidos corporales sobre lienzo”. Expresiones como esta hay en todo el mundo, lo que le da sustento a la definición presente.

2.4.2. Dibujo

“Dibujar es una facultad que todos poseemos, con mayor o menor talento, y que requiere una práctica asidua.”⁹ En el diseño es muy importante el dibujo ya que un diseñador que es más diestro, comunicará mejor una idea, podrá visualizar mejor sus propios conceptos mentales, y se le abrirán las

⁹ **JULIÁN / ALBARRACÍN**, FERNANDO / JESÚS, *DIBUJO PARA DISEÑADORES INDUSTRIALES*, Barcelona: Parramón Ediciones (2009); pp. 6.

posibilidades pudiendo desarrollar su potencial generando muchas más ideas. (Julián/Abarracín, 2009, p. 6).

El dibujar también puede ser catalogado como ilustrar, en diseño, el diseñador debe empezar un proyecto creativo, mediante la bocetación, la bocetación no es más que dibujar, o plasmar en el papel las ideas y conceptos visuales que el diseñador tiene en su mente, luego de lo cual lo puede digitalizar y reproducir.

“Una ilustración puede ir más allá de los límites físicos de un objeto fotografiado y, por ello, es capaz de expresar emociones y de clarificar ideas de un modo que no se puede conseguir con una fotografía”.¹⁰(Ambrose/Harris, 2005, p. 6).

2.4.3. Aplicación del Arte al proyecto

En el presente proyecto, el arte se presenta en todo el proceso creativo, bocetar, dibujar, dejar que toda la expresividad salga de la mente al papel es en lo que este proyecto tiene su parte con el arte, el arte es expresión, y en lo referente al logo, se trató de definirlo de acuerdo a emociones, a sensaciones, ¿qué sería mejor que utilizar el arte para sacar la idea final del proyecto?

La hoja y el lápiz son una herramienta para que el arte fluya de lo intangible a lo tangible, permiten que la expresión más básica del artista tenga sentido, porque simplemente es sacar una forma, no se usa color, no se usa texturas, solo meramente el clásico blanco y negro, en el que solo se define fondo y figura.

¹⁰ **AMBROSE / HARRIS**, GAVIN / PAUL, *IMAGEN*, Barcelona: Parramón Ediciones (2005); pp. 6.

2.5. Diseño Industrial, Fondo y Figura de todos los objetos que nos rodean

2.5.1. Definición del Diseño Industrial

El concepto o definición del diseño industrial en realidad es confuso, por lo que se tomarán en cuenta dos conceptos reconocidos en el mundo del diseño.

El primero de Tomás Maldonado que dice: “El diseño industrial es una actividad proyectual que consiste en determinar las propiedades formales de los objetos producidos industrialmente”.¹¹ Y el segundo de Gerardo Rodríguez que enuncia que: “El diseño industrial es una disciplina proyectual, tecnológica y creativa, que ocupa tanto de la proyección de productos aislados o sistemas de productos, como del estudio de las interacciones inmediatas que tiene los mismos con el hombre y con su modo particular de producción y distribución; todo ello con la finalidad de colaborar en la optimización de los recursos de una empresa, en función de sus procesos de fabricación y comercialización”.¹² (Rodríguez, N/A, p. 15).

2.5.2. Material

En cuanto al material a utilizarse en este proyecto, el que se definió para toda la señalética es el acrílico, en este material se puede hacer todo tipo de cortes para definir las formas específicas que se diseñaron para el proyecto.

¹¹ **RODRÍGUEZ**, GERARDO, *NANUAL DE DISEÑO INDUSTRIAL*, México: Ediciones G. Gili, S.A. de C.V. (S/A); pp. 15.

¹² **RODRIGUEZ**, GERARDO, *NANUAL DE DISEÑO INDUSTRIAL*, México: Ediciones G. Gili, S.A. de C.V. (S/A); pp. 15.

Este material, resiste mucho a la intemperie, lo que aumenta la durabilidad de la señalética, no solo en su forma, sino también en el color ya que su alta resistencia a los rayos ultravioletas, impide que los colores se vean comprometidos durante mucho tiempo, otra de las ventajas del acrílico es su seguridad, ya que si se rompiera, no se astilla y no provoca las lesiones que podrían haber con otros materiales, otras características físicas del acrílico son que es muy liviano, lo que ayuda mucho a la hora de sostenerlo en la señalética, es flexible lo que lo hace muy resistente y el índice de luz que lo atraviesa es alto, lo que provoca que sus colores sean mucho más vivos, por último, en el ámbito ecológico se definió el acrílico pues es un material 100% reciclable.

2.5.3. Aplicación del Diseño Industrial al proyecto

El proyecto tiene un amplio campo para el diseño industrial, pues en el hábito señalético, a partir del diseño gráfico, se debe trabajar en convertirlo en realidad, esta aplicación radica en la correcta utilización de los materiales, el cómo montar las diversas piezas, y el trabajo técnico con los obreros que los fabrican e instalan.

El Estadio Olímpico Atahualpa siendo un escenario deportivo para más de cuarenta mil personas, requiere un sistema señalético muy completo, esto conlleva mucho trabajo industrial para que el proyecto salga adelante y sea algo positivo para este escenario.

CAPÍTULO III

SEÑALÉTICA, GUÍA GRÁFICA EMPRESARIAL

3.1. ¿Qué es la Señalética?

“Señalética es la parte de la ciencia de la comunicación visual encargada de estudiar las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos. De modo simultáneo, es la técnica que organiza y regula estas relaciones.”¹³. (Sánchez, 2005, p. 55).

La señalética está en todo lado, en todos los lugares que frecuentamos, en las calles, en los sitios públicos y hasta en los privados, todo lo que nos da una indicación de lo que se puede o no se puede hacer, o una dirección o un aviso de precaución es señalética.

Lo más común en lo que se encuentra la señalética es en todo lo referente al tránsito, tanto vehicular como peatonal, es el sistema de señalética más grande y universal que existe, en cualquier parte del mundo donde estemos, la internacionalización de los íconos propios para representar una u otra cosa de tránsito es la misma tanto en el Ecuador como en cualquier otro país del mundo.

3.2. Historia de la Señalética

“Señalizar es un impulso “intuitivo” que tiene como principio fundamental saber desplazarse en y hacia un lugar, así como identificar los objetos.”¹⁴. (Sánchez, 2005, p. 35).

¹³ **SÁNCHEZ, MARÍA DEL ROCÍO, SEÑALÉTICA CONCEPTOS Y FUNDAMENTOS**, Buenos Aires: Alfagrama Ediciones (2005); pp. 55.

¹⁴ **SÁNCHEZ, MARÍA DEL ROCÍO, SEÑALÉTICA CONCEPTOS Y FUNDAMENTOS**, Buenos

En el sentido estricto de la historia señalética, se debe aclarar que si el diseño es tan antiguo como el hombre mismo, la señalética también lo es, desde que el hombre quiso empezar a plasmar sus actos y sus experiencias, empezaron a existir señales. Las señales que el hombre empezó a plasmar en inicio, fue totalmente figurativa, no existía abstracción, el hombre debía expresar lo que veía literalmente, así lo plasmaba de la manera que podía hasta que fue abstrayendo las imágenes hasta simbolizarlas.

Este proceso siguió evolucionando y el hombre quiso perpetuar su conocimiento, y darlo a conocer a las siguientes generaciones, esto provocó que el hombre empiece a buscar formas de cómo representar puntos de referencia, de acuerdo a animales, plantas, sitios geográficos o inclusive al propio hombre.

El ser humano por ende empezó a marcar los sitios de referencia con señales de las cosas, o personas ubicadas en el entorno cercano, así iniciaría el proceso de ubicación del hombre dentro de su entorno y por ende iniciaría precariamente lo que hoy conocemos como señalética.

Las grandes civilizaciones antiguas crearon sistemas de ubicación mediante por ejemplo columnas como los griegos y romanos, aunque antes que ellos, los grupos humanos señalizaban distancias, o caminos mediante la utilización de piedras dispuestas de formas en las que sean fácilmente reconocidas y permita la ubicación.

Todo esto estaba basado únicamente en la orientación e identificación del entorno en el que el hombre vivía o al que tenía la necesidad de desplazarse, pero en Francia, en el siglo diecinueve, se empezaron a generar reglamentaciones y normas, las cuales están plasmadas en decretos imperiales de Napoleón. Basados en esas normas, se empezó a comprender la necesidad de la creación de sistemas de ubicación, así poco después se

identificaron las calles y las casas mediante nomenclatura combinada de números y letras, generando la actual señalización urbana.

Asimismo nace la necesidad de señalar las cosas de acuerdo a la circulación tanto de vehículos como de peatones, pues cuando se inventó el automóvil, circular se volvió un poco más peligroso y por ende la idea fue evitar los accidentes, con lo que los símbolos y los sistemas de señalética se dispararon y se empezaron a crear de manera más metódica y estudiada.

3.3. Íconos

3.3.1. Definición de Ícono

“El ícono es un signo en el cual el significante representa en forma directa al objeto; de modo simultáneo hace referencia a una o varias semejanzas con algunas de las propiedades esenciales de dicho objeto.”¹⁵. (Sánchez, 2005, p. 49).

Esto facilita a quien ve el ícono reconocerlo, identificarlo, y por ende asimilarlo, en la señalética esto es fundamental pues mediante la utilización de íconos, el diseñador puede crear un sistema señalético claro y digerible para el usuario.

¹⁵ **SÁNCHEZ**, MARÍA DEL ROCÍO, *SEÑALÉTICA CONCEPTOS Y FUNDAMENTOS*, Buenos Aires: Alfagrama Ediciones (2005); pp. 49.

Imagen 3.1. Oz y Martillo de la URSS



Fuente:<http://fundacionexpresionlibre.org/?p=1063>

Imagen 3.2. Cruz Roja



Fuente:<http://www.flickr.com/photos/prognatis/3248471152/>

Imagen 3.3. Swastica Nazi



Fuente:<http://sinfoniafantastica.wordpress.com/2007/06/10/origen-y-significado-de-la-swastica-o-cruz-gamada/>

Las imágenes se vuelven íconos cuando el llegan a t al grado de abstracción que es automático el conocimiento de lo que la señal, cartel, o imagen quieren transmitir, hay muy pocas imágenes que se vuelven íconos, generalmente los actos, política, o la idea pueden iconificarse por medio de ciertas representaciones específicas que recuerdan, inspiran o generan repudio a quien las ve.

3.3.2. Simplificación de la Imagen

La simplificación de la imagen no es más que reducir los detalles de una imagen a la más mínima y básica expresión, así el observador, será capaz de reconocer la imagen por lo que es y no por los detalles que la conforman, de esta manera se facilita la abstracción del objeto y puede generarse un ícono.

Al simplificar una imagen se consigue que el ojo del observador se aleje de los detalles y solo observe el objeto en su conjunto, lo asimile, lo asocie y lo defina mucho más simplemente.

3.4. Tipos de Señalética

Hay siete tipos de señalética básicamente, el primero es aquel que tiene una sola cara, el segundo tipo tiene dos caras opuestas, el tercero es de dos caras opuestas pero suspendidas, el cuarto se denomina panorámico, el quinto es aquel que va al piso, el sexto tipo es el de tránsito y el último tipo es el industrial.

El primer tipo de señalética es aquel que está contra la pared, totalmente adosado y solo presenta una cara al observador, el segundo tipo se refiere a señalética que se encuentra igual contra la pared, pero de canto, lo que permite que el observador tenga dos caras para observarla, el tercer tipo de señalética es similar al segundo, solo que se diferencia de este porque está suspendido del techo, en este sentido ha mayor ángulo de observación posible, el cuarto tipo de señalética es el denominado panorámico, esto es porque tiene dos caras dispuestas a noventa grados entre sí, pero ambas caras están adosadas a la pared a cuarenta y cinco grados, el quinto tipo es el tipo de señalética que va pintada o colocada en el piso como su nombre lo indica, el sexto tipo de señalética es el que se refiere al tránsito en general, es el tipo de señalética que usa postes, vallas, y demás elementos para hacer la circulación vehicular y peatonal más segura, y por último se encuentra la señalética de tipo industrial, son todas aquellas señales que se usan en el campo de la construcción, minería, plomería, etc, que generalmente cumplen funciones de seguridad industrial.

3.4.1. Señalética Corporativa

La señalética corporativa es aquella que una empresa requiere para indicar al usuario cualquier necesidad, manteniendo una unidad gráfica con la imagen corporativa que esta posea.

En los escenarios deportivos, educativos, comerciales, públicos o privados, la señalética corporativa es sumamente importante para la identificación y marketing del lugar, manteniendo una unidad gráfica entre imagen y señalética, el usuario va a sentirse envuelto por la imagen del sitio en el que está y por ende la imagen quedará grabada poco a poco en la mente del usuario.

3.4.2. Señalética en escenarios deportivos

En los escenarios deportivos como en cualquier otro lugar de tamaño y distribución arquitectónica complicada, es necesario una señalética específica y exhaustiva, porque siempre el usuario requerirá de mucha información al momento de usar las instalaciones de este tipo.

La señalética corporativa para escenarios deportivos le permite al usuario moverse, ubicarse, ingresar, salir o encontrar lo que necesita a todo lo ancho y largo del inmueble, por esto su importancia.

Generalmente los escenarios deportivos por su arquitectura característica necesitan de una cantidad de letreros que para otros sitios no son importantes, la distribución específica de los accesos a las diferentes localidades es lo principal que hay que tomar en cuenta para la creación de este tipo de señalética, así el usuario podrá desenvolverse muy bien y evitar cualquier problema.

3.4.3. Aplicación de la Señalética al proyecto

En este proyecto la señalética es una de las partes fundamentales y en realidad es la base de la propuesta pues a partir de los problemas generados por la señalética actual, que es absolutamente precaria, y en muchos casos, inexistente y por lo tanto confusa.

El proceso de diseño de señalética viene basado obviamente en el diseño de la imagen corporativa del Estadio Olímpico Atahualpa, estilizando los elementos del logo se definió una señalética práctica, versátil y dinámica.

Todos los letreros actuales son una mezcla de formas, tamaños y estilos, la aplicación de señalética a este proyecto pretende unificar todos los letreros en un mismo formato para generar un orden y limpieza visual en este estadio.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA DE REDISEÑO DE LA IMAGEN Y SEÑALÉTICA DEL ESTADIO OLÍMPICO ATAHUALPA

La propuesta que se quiere implementar en el Estadio Olímpico Atahualpa, es en inicio la creación de una imagen propia para independizarlo por lo menos en ese aspecto de la Concentración Deportiva de Pichincha, desarrollando esto, la propuesta deriva en el rediseño de toda la señalética interna y externa de este conocido escenario deportivo.

El proyecto se basa en la desenfocalización del fútbol, para devolver la importancia a las demás disciplinas olímpicas ya que es un estadio “Olímpico” y como tal, merece ser tratado. El Estadio Olímpico Atahualpa posee toda la infraestructura para la realización de todo tipo de juegos olímpicos, tanto de pista, como de cancha. Este escenario deportivo tiene una pista sintética que rodea la cancha principal, la cancha está diseñada para que en ella se puedan realizar todos los deportes realizables en ella, tanto individuales como por equipo, en el lado sur de la cancha hay un espacio específico para deportes de colchoneta inclusive. En el perímetro del Estadio, están ubicadas las disciplinas especiales tales como de contacto, o de mesa o externas, las disciplinas de contacto que hay en el estadio son el Wu Shu, y el Kikboxing, las disciplinas de mesa, son la billa y los bolos, y el deporte externo es la equitación, que curiosamente es la única disciplina que aunque tiene su oficina en el estadio, que pertenece a la Concentración Deportiva de Pichincha, no pertenece a ella, es un organismo independiente y como tal, es la única oficina del Estadio Olímpico Atahualpa en la que existe una imagen distinta y muestra seriedad.

Todos los factores antes mencionados han mostrado la necesidad de un cambio importante en su estructura corporativa, esto es lo que arrojó la investigación de campo que se realizó previa autorización de la administración del Estadio Olímpico Atahualpa. En esta investigación de campo, que fue parte

fundamental de la investigación global, se hizo una catalogación de toda la señalética existente, se definieron las fallas, las faltas y lo que sobra actualmente, se realizaron todas las fotografías pertinentes y se encontraron todos los conflictos que este proyecto pretende corregir. Además se realizó una entrevista (Anexo 1) al Administrador del estadio con la que se pudo obtener un mejor panorama de la historia del estadio y de su problemática con la Concentración Deportiva de Pichincha.

Continuando con la investigación, se realizó una encuesta (Anexo 2) fuera del estadio, en días de eventos deportivos realizados, con el fin de buscar la viabilidad del proyecto. De acuerdo al criterio de las trescientas personas encuestadas el proyecto si es viable, los datos obtenidos son fácilmente visibles en los gráficos a continuación.

Gráfico 4.1 Encuesta de Viabilidad 1



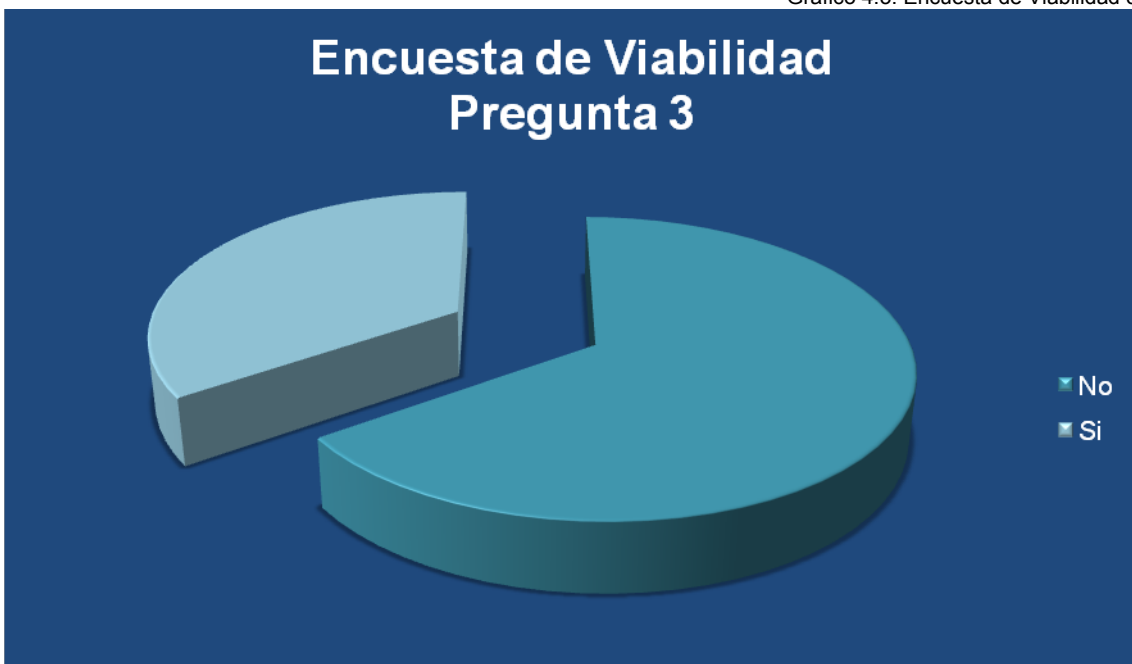
Fuente: Refuerzo visual para sustento de la encuesta de viabilidad

Gráfico 4.2. Encuesta de Viabilidad 2



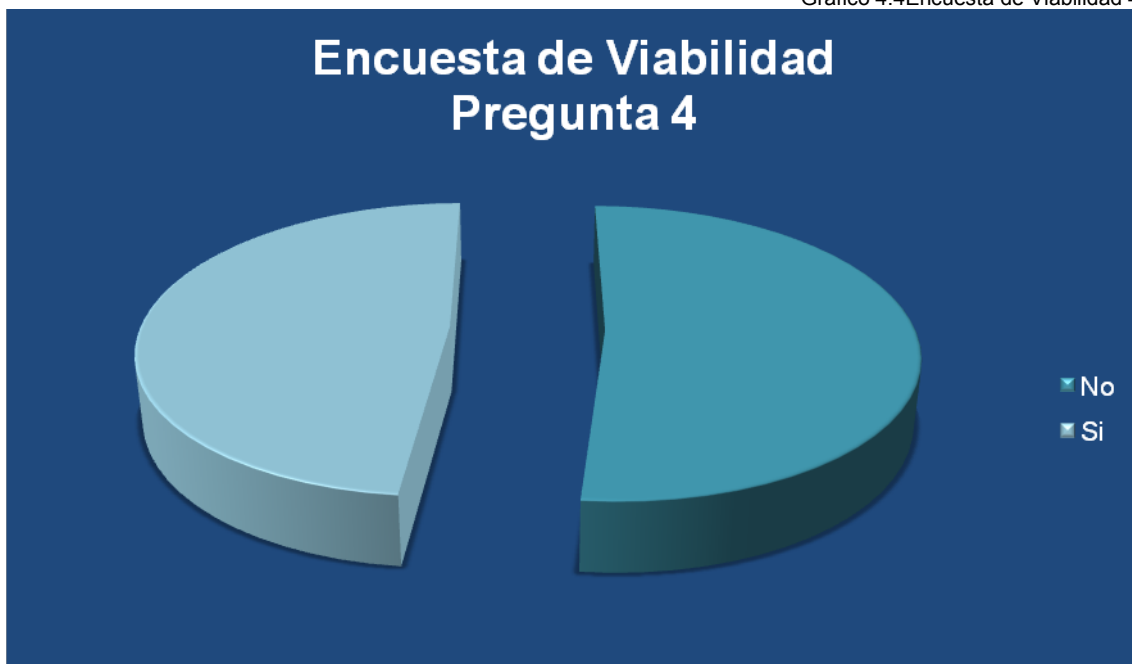
Fuente: Refuerzo visual para sustento de la encuesta de viabilidad

Gráfico 4.3. Encuesta de Viabilidad 3



Fuente: Refuerzo visual para sustento de la encuesta de viabilidad

Gráfico 4.4 Encuesta de Viabilidad 4



Fuente: Refuerzo visual para sustento de la encuesta de viabilidad

Gráfico 4.5 Encuesta de Viabilidad 5



Fuente: Refuerzo visual para sustento de la encuesta de viabilidad

El proyecto como tal empieza en sí con el desarrollo del Logo, para lo que se realizó una nueva encuesta abierta (Anexo 3), en la que se consultaba las ideas que se generaban al pensar en el Estadio Olímpico Atahualpa. El resultado de esta encuesta, permitió crear una gran variedad de ideas

plasmadas que derivó en algunas ideas tangibles, gráficamente visibles en el manual que se presenta para ilustrar esta propuesta, sin embargo, la idea más viable, fue la unificación de la simplificación de la antorcha olímpica con la simplificación de la pista atlética, provocando así una sensación de movimiento y expresando con él la idea deportiva que se buscaba.

Los Colores corporativos que se definieron, vienen dados por la misma idea de recuperar el concepto de escenario olímpico, así que los colores definidos para el logo son los mismos colores de los cinco aros de las Olimpiadas, Rojo, Amarillo, Verde, Celeste, y Negro. Estos colores son los que desarrollan las líneas que conforman la propuesta del logo, y encierran cuatro círculos seriados cuyo color fue definido para contrastar con todos los demás colores del logo y se convirtió en el color fundamental de la imagen, el color este color es el azul marino que genera uniformidad, da seguridad, y puede ser muy constante.

Basados en este concepto de los colores corporativos olímpicos, se definieron figuras propias que adornarían todas las piezas que se generarían para la imagen global del Estadio Olímpico Atahualpa, estas figuras, o más bien tiras de color recorren de lado a lado generando un entramado dinámico en cada pieza, desde la papelería corporativa o tributaria hasta las aplicaciones en la vestimenta corporativa.

Continuando con la imagen global, se definió el tipo de señalética con la que se trabajaría, inicialmente se bocetaron algunas ideas de acuerdo a las acciones que se realizan en el estadio y resultaron efectos muy interesantes que derivaron en el tipo isotípico que se usó, las figuras definidas para los íconos que se usaron, son activas y dinámicas mediante concepto orgánico de movimiento, esta gráfica es blanca sobre un círculo azul marino.

La señalización o los letreros son una estilización de las figuras del logo que rodean este círculo con fondo blanco o negro según su ubicación en el

Estadio Olímpico Atahualpa, el fondo blanco se definió para la señalética externa, mientras que el fondo negro se definió para toda la señalética interna, sin embargo todos los letreros también tienen detrás de todo, un rectángulo azul que se mimetiza con el círculo expuesto anteriormente, en el que va el texto principal indicativo del letrero en cuestión.

Hay algunos tipos de letreros según la necesidad de texto en ellos, cinco principales, definidos desde las necesidades que se tiene de su uso. Estos cinco tipos de letreros están categorizados en dobles y simples, los dobles tienen cuatro textos, los simples tienen tres textos, dos textos y dos textos con imagen de refuerzo en pocos casos. Los letreros dobles tienen varios tamaños incluyendo el más grande de todos que es el que se definió para las boleterías, al igual que los simples, que son mucho más variados incluyendo el más pequeño que es el que va en los bares.

Otro aspecto de la imagen que se tomó en cuenta para el rediseño también fue el de las entradas y tickets de parqueo, las entradas son las piezas de la imagen con mayor cantidad de texto, así que la definición de su diseño resultó en la variación del color de fondo, creándose la necesidad de la utilización del gris para que el azul marino se convierta en el color utilizado para todos los textos. En los Tickets de Parqueo de igual forma se utilizó el azul marino para los textos mientras que el fondo se determinó que simplemente sea blanco.

Con esta propuesta (Anexo 4) se espera generar un cambio que se posicione en la sociedad, genere una nueva visión deportiva en el público, le quite protagonismo a la publicidad y le dé al aficionado mayor facilidad en el uso del escenario.

Conclusiones

1. La señalética del Estadio Olímpico Atahualpa carece totalmente de unificación dentro de la señalización, esto quiere decir que cada letrero parece haber sido diseñado por alguien diferente, en lugar de tener una relación entre sí por lo que el proyecto se vuelve muy necesario.
2. La colocación de los letreros dejan mucho que desear pues están en muchos casos puestos al azar, y en muchos casos hay hasta 3 letreros que indican lo mismo en un mismo sitio.
3. El ruido visual que maneja el Estadio Olímpico Atahualpa actualmente provoca que el usuario se confunda, pierda tiempo leyendo el caos que en lugar de ayudarlos los perjudica.
4. Los letreros dentro del Estadio Olímpico Atahualpa son en varios casos imprecisos de la dirección que quieren señalar, no tienen claridad en lo que a esto se refiere.
5. La calidad de los letreros varía de un sitio a otro, esto va ligado a la primera de las conclusiones que se sacó de este estudio de campo pues hay letreros desde lata hasta papel.
6. En los graderíos del Estadio Olímpico Atahualpa falta gran cantidad de señalización que proporcione al usuario mayor agilidad y ahorro de conflictos.
7. El Estadio Olímpico Atahualpa tiene varios servicios simples que proporcionarían al usuario algunas comodidades extra, pero el usuario no se da por enterado por la ausencia de varios letreros.
8. Hay accesos al estadio o a dependencias dentro del mismo en las que ya no existen o nunca han existido letreros informativos, esto muestra la necesidad del proyecto.
9. Los Isotipos del Estadio Olímpico Atahualpa son inexistentes pues solo existen letreros tipográficos que a las personas que no saben leer perjudica malamente.

10.El Estadio Olímpico Atahualpa no tiene un departamento de comunicación adecuado que solucione los problemas observados en esta investigación.

Recomendaciones

1. El rediseño de la señalética del Estadio Olímpico Atahualpa tiene que ser unificado, todos los letreros deben tener una unidad gráfica y tipográfica.
2. La colocación que el rediseño plantea es la de ubicar un letrero claro y direccionado en el lugar adecuado para que el usuario no tenga que comprobar una y otra vez la información que vio.
3. Hay que suprimir varios letreros para que el usuario no pierda tiempo leyendo cosas que no tienen sentido en tal o cual parte sino en el sitio específico para cada una.
4. Cada letrero debe tener un direccionamiento correcto para que el usuario sepa sin dificultad a donde o como dirigirse y sepa a ciencia cierta dónde se encuentra lo que está buscando.
5. El Estadio Olímpico Atahualpa deberá retirar los letreros inservibles y de mala calidad para hacer una unidad con todos los letreros útiles en un buen material para que el paso del tiempo no los arruine y tengan que mandar a hacer otros una y otra vez.
6. Se debe colocar en los sitios adecuados dentro y fuera del estadio la señalética que se debe, no poner señalética innecesaria para llenar espacios “vacíos”, así el usuario se enterará correctamente de todo lo que se le quiere decir.
7. En casos puntuales como por ejemplo el de saber donde hay un basurero, el Estadio Olímpico Atahualpa debe colocar señalización que indique que en tal o cual parte existe uno.
8. Se debe refaccionar los tótems existentes y tomar medidas de prevención para que la gente no los destruya.
9. El Estadio Olímpico Atahualpa debe tomar en cuenta que vivimos en un país que aún tiene analfabetismo y que no va a poder leer todo lo que hay que leer para manejarse dentro y fuera del inmueble así que debe hacer letreros más gráficos para que todos entiendan fácilmente.

- 10.El Estadio Olímpico Atahualpa debe contratar personal que se encargue del área de comunicación para que los problemas estén solucionados sobre la marcha y no cuando se haga estudios similares a los que se hizo para este manual.
- 11.Considerar políticas para generar rediseño y volver al proyecto viable.

Bibliografía

AMBROSE / HARRIS, GAVIN / PAUL, COLOR, Barcelona: Parramón Ediciones (2005); pp. 6.

AMBROSE / HARRIS, GAVIN / PAUL, IMAGEN, Barcelona: Parramón Ediciones (2005); pp. 6.

AMBROSE / HARRIS, GAVIN / PAUL, TIPOGRAFÍA, Barcelona: Parramón Ediciones (2005); pp. 6,16-17.

JULIÁN / ALBARRACÍN, FERNANDO / JESÚS, DIBUJO PARA DISEÑADORES INDUSTRIALES, Barcelona: Parramón Ediciones (2009); pp. 6.

NEWARK, QUENTIN, ¿QUÉ ES EL DISEÑO GRÁFICO? MANUAL DE DISEÑO, México: Ediciones G. Gili, SA de CV (2002); pp. 6.

RICARD, ANDRÉ, Diseño ¿Por Qué?, Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SA de CV (1982); pp. 168.

RODRÍGUEZ, GERARDO, MANUAL DE DISEÑO INDUSTRIAL, México: Ediciones G. Gili, S.A. de C.V. (S/A); pp. 15.

SÁNCHEZ, MARÍA DEL ROCÍO, SEÑALÉTICA CONCEPTOS Y FUNDAMENTOS, Buenos Aires: Alfagrama Ediciones (2005); pp. 35, 49, 55.

A.C. MILAN WEB SITE; "Milan-Italia"; Página oficial del A.C. Milan; ITALIA; Mapa de las zonas; año 2010; http://www.acmilan.com/es/stadium/map_of_the_sectors

ATLETISMO; Atletismo; Página blog Todo-web año 2004; http://www.todo-olimpiadas.com/Atletismo_calzadodeportivo+vestimenta.htm

BURÓ DE CONVENCIONES; “Quito-Ecuador”; Estadio Olímpico Atahualpa; ECUADOR; Página blog del Municipio de Quito-Ecuador año 2011; <http://www.eventosquitoecuador.com/estadio%20olimpico%20atahualpa.html>

BUSTOS ALBERTO; “Extremadura-España”; Blog de lengua española; ESPAÑA; Página blog; año 2010; <http://blog.lengua-e.com/2010/que-es-un-pictograma/>

CLUB ATLÉTICO MADRID; “Madrid-España”; Página oficial del Club Atlético de Madrid; ESPAÑA; Instalaciones el estadio; año 2007; http://clubatleticodemadrid.com/es/elclub/instalaciones_club.asp

CONCENTRACIÓN DEPORTIVA DE PICHINCHA; “Escenarios/Estadio Olímpico Atahualpa”; Estadio Olímpico Atahualpa, la casa de la selección ecuatoriana de fútbol; ECUADOR; Página de la Concentración Deportiva de Pichincha año 2007; <http://www.cdp.com.ec/cdpjo/content/view/34/52/>

ECUADOR.US; “Quito-Ecuador”; Estadio Olímpico Atahualpa; ECUADOR; Página blog de Quito-Ecuador año 2008; http://www.ecuador.us/quito/hotels/quito/el_estadio_olimpico_atahualpa/

FREIRE JUAN; “España”; Blog de Opinión; ESPAÑA; Página blog; año 2007; http://www.adn.es/blog/ciudades_enredadas/opinion/20071001/POS-0008-Estadios-urbanisticas-operaciones-iconos.html

LETRITAS; “Curicó-Chile”; Pictogramas; CHILE; Página blog Diseño Gráfico; Juan Pablo de Gregorio año 2007; <http://letritas.blogspot.com/2007/08/pictogramas.html>

REAL MADRID; “Madrid-España”; Página oficial del Real Madrid; ESPAÑA; Restaurantes; año 2011; <http://www.realmadrid.com/cs/Satellite/es/1193040472501/GenericoContenedor/Restaurantes.htm>

REAL MADRID FANS; “Madrid-España”; Nueva Señalización; ESPAÑA;
Página blog del Club de Fans del Real Madrid año 2010;
<http://www.realmadridfans.org/senalizacion.htm>

F.C. BARCELONA; “Barcelona-España”; Página de Blog de fans F.C.
Barcelona; ESPAÑA; Estadio Instalaciones; año 2010;
<http://fcbarcelona.yaia.com/estadio.html>

Anexos

Entrevista al Ingeniero Jaime Morales, administrador encargado del mantenimiento del Estadio Olímpico Atahualpa:

1.- ¿Qué es lo que conoce del Estadio Olímpico Atahualpa sobre sus orígenes?

Respecto a orígenes yo realmente sé que fue inaugurado en 1951, es un estadio con capacidad para cuarenta mil gentes, un nuevo lineamiento que hubo de la ordenanza y un nuevo lineamiento que hubo con la FIFA en lo que se refiere a espacios para asientos ahora se redujo como a 38 mil capacidad para 38 mil personas, esa historia que se conoce no más fue la presa pero tener el registro histórico, un archivo o al menos los planos originales no se los tiene, absolutamente nada, los planos que se van obteniendo ya son más frutos de la necesidad de ir documentándole a ese escenario e ir teniendo respaldos para cualquier obra adicional o de rediseño o de una nueva planificación y que va a llegar en el futuro se va levantando en el futuro la información digital en planos.

2.- ¿Cuáles son las funciones originales y cuáles las actuales del Estadio Olímpico Atahualpa?

Desde su origen imagino de que se pensó que es un estadio para además del Fútbol otros deportes como el atletismo, si bien la construcción inicialmente fue solamente para Fútbol, se inauguro primeramente la cancha de Fútbol, luego al poco tiempo se inauguró el anillo atlético otras personas dicen que se inauguro a la par la cancha con el anillo atlético, primeramente el anillo, su capa de rodadura era de carboncillo, por eso es el color negro que le veían, el estadio está dotado para hacer atletismo excepto para ciertas disciplinas como jabalina, disco y bala, a pesar de que los espacios existen destruirían el césped, si es que hubiese la necesidad de un campeonato mundial, Senior o de lo que usted quiera, dentro del atletismo, se lo puede hacer porque la temporada durará solo 15 días, se le recupera al césped y volverá a ser Fútbol porque como prioridad es el Fútbol entonces no se ponen las jaulas ni esas cosas que se requieren para esos eventos, porque es un gasto para la concentración pero en el Fútbol es diferente porque se tiene un convenio con la federación de Fútbol, este convenio dice que ambos reciben parte del valor de la taquilla.

3.- ¿Qué sabe de la Historia de este escenario y donde puedo recabar información al respecto?

Yo pienso la mejor historia que puede hacerlo es con el comercio, remontarse a 1951 desde mucho antes desde la negociación que se hizo con el estadio del arbolito que sirva para la construcción de la casa de la cultura y se vino a construir el estadio acá . Eso puede ser una buena referencia y sino el periodista Rosero de Radio Quito, tal vez en relaciones públicas del municipio.

4.- ¿El Estadio Olímpico Atahualpa alguna vez ha tenido una imagen propia o un logo que lo identifique o siempre ha sido el de la Concentración Deportiva de Pichincha?

No, no habido nunca imagen propia antes.

Encuesta:

1.- ¿Cree que el Estadio Olímpico Atahualpa tiene una identidad propia?

a)si

b)no

2.- ¿Sabe usted ubicarse dentro y fuera del Estadio Olímpico Atahualpa?

a)si

b)no

3.- ¿La señalización del Estadio Olímpico Atahualpa es clara y entendible?

a)si

b)no

4.- ¿Está de acuerdo con un rediseño de la imagen y la señalización del Estadio Olímpico Atahualpa como entidad independiente?

a)si

b)no

5.- El Estadio Olímpico Atahualpa es un escenario polideportivo, ¿sabe usted que deportes se practican en él?

a)si

b)no

c)cuales_____

Encuesta:

1.- ¿Qué idea se le viene a la mente cuando oye el nombre del Estadio Olímpico Atahualpa?

-

-

-

2.- ¿El Estadio Olímpico Atahualpa es usado para otras disciplinas deportivas además del Fútbol?

a)si

b)no

Cuales:

-

3.- Cuando piensa en deportes, ¿qué imágenes se le vienen a la mente?

-

-

-

4.-¿Qué aspectos tomaría en cuenta para cambiar o mejorarla imagen del Estadio Olímpico Atahualpa?

-

-

-