

TFG

REDISEÑO DE MARCA Y APLICACIONES DE LA FEDERACIÓ DE TRIATLÓ DE LA COMUNITAT VALENCIANA

Presentado por Noelia Juan Pastor
Tutor: Emilio Espí Cerdá

Facultat de Belles Arts de Sant Carles
Grado en Bellas Artes
Curso 2019-2020



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

RESUMEN

El objetivo de este proyecto es rediseñar la identidad visual corporativa de la Federació de Triatló de la Comunitat Valenciana, actualizando así su logotipo y toda su imagen para adaptarse a los nuevos tiempos, seguir creciendo como entidad pero sin perder sus valores y su línea tan reconocible hasta la fecha. Para ello se han aplicado los conocimientos adquiridos durante el grado y la investigación y evolución durante el desarrollo de este.

Para la consecución del trabajo se ha hecho un estudio comparativo de otros logotipos y logomarcas deportivas actuales y de otras marcas reconocidas en el mundo de las artes gráficas.

En la memoria se encuentran los diferentes apartados que se han seguido para la realización de esta identidad corporativa: objetivos, metodología, análisis actual de la marca, estudio de referentes, información sobre los deportes tratados, el diseño aplicado de estos y sus artes finales.

Finalmente, se han añadido unas conclusiones y una valoración personal sobre el proceso de creación de todo el proyecto, además de una reflexión acerca de las competencias y ambiciones de lo que supone ser un diseñador gráfico y como afrontar esta nueva etapa una vez finalizado el grado.

PALABRAS CLAVE

Deporte, Triatlón, Logotipo, Tipografía, Diseño, Marca, Comunitat Valenciana

ABSTRACT

The aim of this project is to redesign the corporate identity of the Community of Valencia Triathlon Federation, by updating their logo and image to be adapted to the new times and to continue growing like and identity but without losing their principles and marks so recognisable at the present time. To this end, the knowledge gained during the university degree and this research has been applied to develop and progress into the research.

To the achievement of this project, a comparative study of another logos, sports brands and another well-know brands in the world of graphic arts have been made.

We can appreciate in the different parts of the research the following headings: purpose, methodology, the current analysis of the trade, the study of models, the information about the digital support used, the design applied and his final arts.

Lastly, a final conclusions and a personal assessment about the process of creating the hole project have been added. In addition, a reflection about the competences and ambitions that involves to be a graphic designer has been done and how to act towards this new stage once the degree has been finished.

KEY WORDS

Sport, Triathlon, Logo, Fonts, Design, Brand, Community of Valencia

AGRADECIMIENTOS

Agradecer a la Federació de Triatló de la Comunitat Valenciana la oportunidad de realizar este proyecto que espero sea de su agrado.

A todos los compañeros con los que he coincidido durante la carrera y han influido en mi aprendizaje, en especial a Lara, Carmen y Ana.

A los profesores tan maravillosos que hay en la Facultad que me han permitido compatibilizar mi carrera con mi actividad deportiva, sin ningún privilegio pero sí poniendo las cosas más fáciles sobretodo cuando viajaba. Y claro está, a los demás docentes desde que empecé en el colegio e instituto que me guiaron y me ayudaron para llegar aquí.

A Alejandro por animarme a seguir con el proyecto para sacarlo adelante y por toda su ayuda cuando algo se me atascaba.

Y por supuesto a mi familia del triatlón y la biológica, que al final son los que soportan mis penas y se enorgullecen con mis alegrías.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	6
2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	6
2.1. OBJETIVOS PRINCIPALES	
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
2.3. METODOLOGÍA	
<i>2.3.1. Fase 1: Definición e investigación de marca</i>	
<i>2.3.2. Fase 2: Estudio de referentes</i>	
<i>2.3.3. Fase 3: Reestructuración de la información</i>	
<i>2.3.4. Fase 4: Conceptualización del proyecto y límites</i>	
<i>2.3.5. Fase 5: Diseño aplicado</i>	
<i>2.3.6. Fase 6: Artes Finales</i>	
3. DEFINICIÓN E INVESTIGACIÓN	9
3.1. ANÁLISIS DE LA MARCA	
3.2. CONTEXTUALIZACIÓN: HISTORIA DEL TRIATLÓN	
3.3. IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA	
3.4. RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN	
3.5. APLICACIONES	
<i>3.5.1. Papelería</i>	
<i>3.5.2. Competición</i>	
<i>3.5.3. Uniformes y Equipaciones</i>	
4. ESTUDIO DE REFERENTES	13
4.1. REFERENTES DE LOGOTIPO	
<i>3.3.1. Comunitat Valenciana</i>	
<i>3.3.2. Triatlón</i>	
<i>3.3.3. Natación, Ciclismo, Carrera</i>	
<i>3.3.6. Otros</i>	
4.2. REFERENTES DE IDENTIDAD VISUAL	
4.3. REFERENTES DE DISEÑADORES	
5. REESTRUCTURA DE INFORMACIÓN	17
6. CONCEPTUALIZACIÓN Y LÍMITES	18
6.1. BOCETOS A PAPEL	
6.2. PASO A DIGITAL	
6.3. VERIFICACIÓN	
6.4. LOGOTIPO FINAL	
7. DISEÑO APLICADO	20
7.1. MANUAL DE NORMAS BÁSICAS	
7.2. PAPELERÍA	
7.3. COMPETICIÓN	
7.4. UNIFORMES Y EQUIPACIONES	
8. ARTES FINALES	23
9. CONCLUSIONES	23
10. BIBLIOGRAFÍA	24
11. ÍNDICE DE FIGURAS	27
12. ANEXO	28

1. INTRODUCCIÓN

El triatlón a día de hoy es mi vida, entreno y disfruto de lo que hago, y lo haré hasta que el cuerpo me lo permita. Otra cosa es el triatlón de alto rendimiento, en el que poco a poco me he ido integrando. Pero los años pasan y hay que tener un plan B, por eso, la carrera de Bellas Artes fue mi mejor opción. Desde niña he estado involucrada en el mundo del arte y del deporte por igual, y aunque estos últimos años el deporte ha tomado más protagonismo, nunca he dejado de lado mi segunda pasión.

Desde que empecé a dedicar mis estudios a las bellas artes he intentado ligar estas dos actividades en diferentes representaciones y formatos del arte: esculturas, pinturas, cómic... y por supuesto, y lo más demandado ahora con las nuevas tecnologías, el diseño gráfico como la cartelería, diseño de equipaciones deportivas, imagen de marca y logotipos.

Mi TFG tenía que ser un proyecto que involucrara mis dos vidas y que fuera algo útil y real para me motivara a la hora de afrontarlo. Así pues, gracias a la persona encargada de marketing de la Federació de Triatlón de la Comunitat Valenciana, a raíz de una conversación en la que comentamos que el “logo se había quedado anticuado” me embarqué en este proyecto de rediseñar toda la imagen de marca incluyendo el logotipo, aportando un manual de normas básicas de uso y sus distintas aplicaciones para cualquier formato que necesite la Federación.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Para la realización del proyecto se han establecido unos objetivos principales y unos específicos, de esta manera, definir el seguimiento de los diferentes propósitos indispensables y su correcta ejecución. Además es necesario plantear un proceso metodológico proyectual, basado en un orden de trabajo lógico y por fases para llevarlo a cabo con éxito.

2.1. OBJETIVOS PRINCIPALES

- Creación de una nueva identidad visual corporativa, más moderna y actual que represente a la federación, consiguiendo que, tanto los deportistas como todo el colectivo que la compone se identifique con esta.
- Construir un logotipo adaptable a los diferentes soportes y aplicaciones.
- Aplicar los conocimientos, capacidades, competencias y habilidades adquiridas durante el grado.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer las bases y los límites sobre el diseño de la identidad visual corporativa para conseguir una marca armónica, compacta y cohesionada.
- Conseguir una personalidad reconocible ante otras federaciones.
- Seleccionar familias tipográficas en consideración a sus valores formales y legibilidad.
- Considerar la importancia del entorno y el impacto que genera el diseño en este.
- Conseguir que la Federación acoja mi trabajo con éxito.

2.3. METODOLOGÍA

Una de las metodologías más extendidas en el ámbito del diseño es la de Bruno Munari¹, presentada en su libro *Cómo nacen los objetos*². En este desarrolla una serie de fases de trabajo concretas y ordenadas para conseguir los objetivos establecidos y obtener un resultado (Fig. 1). El proyecto se estructura fundamentalmente con estas bases, dividiéndose del siguiente modo:

PROBLEMA	P	El problema en el diseño surge de una necesidad. El problema tiene los elementos para la solución.
DEFINIR PROBLEMA	DP	En la definición del problema van todos aquellos elementos que definen los límites en los que se desarrollará el diseñador.
COMPLEJIDAD DEL PROBLEMA	CP	Ayuda a descubrir subproblemas y así dar una mejor solución al problema principal.
RECOPIACIÓN DE DATOS	RD	Los subproblemas originarán nuevos datos importantes para la etapa creativa.
ANÁLISIS DE DATOS	AD	Estos datos recolectados se deben analizar lo que proporcionará sugerencias.
CREATIVIDAD	C	La etapa creativa considera todas las operaciones necesarias que se desprenden del análisis de datos.
MATERIALES Y TECNOLOGÍAS	MT	Se realiza una nueva recogida de datos sobre materiales y tecnologías.
EXPERIMENTACIÓN	E	Es cuando se realizará la experimentación de materiales y tecnologías en el proyecto, lo que entrega más datos.
MODELOS	M	Puede ocurrir que exista más de un modelo.
VERIFICACIÓN	V	Por tanto se debe presentar a un número de usuarios con el fin de decidir a su criterio cual es mejor (matriz de evaluación).
DIBUJOS CONSTRUCTIVOS	DC	Servirán para informar a la persona que llevará a cabo el prototipo.
SOLUCIÓN	S	Solución al problema que responde a las necesidades.

Fig.1 Bruno Munari: Método Proyectual, 1983.

2.3.1. Fase 1: Definición e investigación de marca

- Localizar y definir el problema general para proceder a su análisis.
- Contextualizar el proyecto en el ámbito deportivo.
- Recopilar información sobre la Federación: histórico de logotipos, estudio de soportes y aplicaciones para la marca, análisis del estudio cromático y de su identidad visual corporativa.
- Examinar y recopilar toda la información sobre el servicio desde las diversas fuentes y plataformas oficiales habilitadas como: página web, instagram, facebook y ampliarlo con información aportada por la federación.
- Diagnóstico y análisis de la situación actual de la federación.
- Determinar la relación entre la Federación de Triatló y la Comunitat Valenciana.
- Detectar y determinar las necesidades específicas dependientes al problema general para planificar una solución integral, cohesionada y a medida.
- Crear una lista con las necesidades de aplicación del logotipo en diferentes soportes como: papelería, *merchandising* de competición, equipaciones y uniformes, etc.

1 MUNARI, B. *El método proyectual*.

2 MUNARI, B. *Cómo nacen los objetos*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1983

2.3.2. Fase 2: Estudio de referentes

- Analizar el diseño, la estructura y las características de otras marcas o federaciones como: FETRI, Comunitat de l'Esport, Proyecto FER, Fundación Deportiva Municipal de Valencia, y otras muchas federaciones y marcas de distintos deportes.
- Analizar artistas con proyectos relacionados a marca, tipografía e identidad visual corporativa.
- Examinar diversos títulos sobre identidad visual corporativa.

2.3.3. Fase 3: Reestructuración de la información

- Plantear los criterios y elementos a simbolizar en la marca.
- Poner en común y analizar la información, extraer y reestructurar los datos válidos.
- Generar información de cero, partiendo de la reestructuración de los datos válidos, representativa del servicio actual.

2.3.4. Fase 4: Conceptualización del proyecto y límites

- Consultar con la federación el *naming* concreto y la representación en el nuevo logotipo.
- Diseñar un logotipo flexible y adaptable a las necesidades de las aplicaciones, formatos y soportes.
- Bocetos en papel y traspaso a digital.
- Definir el método de intervención a realizar.
- Establecer las pautas básicas de la identidad visual corporativa.
- Definir la misión, visión y valores de la marca.
- Definir la paleta de color corporativa.
- Limitar y definir las familias tipográficas.

2.3.5. Fase 5: Diseño aplicado

- Crear un manual de normas básicas de la marca que sirva como guía en la utilización y reproducción de esta.
- Diseñar cada aplicación teniendo en cuenta las limitaciones de soporte y dimensiones de nuestra lista de necesidades.
- Experimentar con las diferentes propuestas siguiendo las especificaciones establecidas en la identidad visual corporativa.

2.3.6. Fase 6: Artes Finales

- Seleccionar las propuestas definitivas e imprimir las artes finales.
- Crear un soporte que entregar a la marca con sus respectivas carpetas



Fig. 2 Federació de Triatló de la Comunitat Valenciana: Actual logotipo.



Fig. 3 Javier Gómez Noya: Campeonato del Mundo Multisport, 2019.



Fig. 4 Armée y Marine: noticia del periódico donde aparece *Les Trois Sports*, 1904.

separando logotipo, aplicaciones y manuales.

- Crear un anexo adjunto a esta memoria para mostrar la relación completa de aplicaciones de la identidad visual corporativa.

3. DEFINICIÓN E INVESTIGACIÓN

Nos encontramos en la primera fase del Trabajo Final de Grado titulado “Rediseño de marca y aplicaciones de la Federació de Triatló de la Comunitat Valenciana”. En esta fase, como he comentado anteriormente en la metodología, localizaremos y definiremos el problema, contextualizaremos el triatlón, recopilaremos toda la información que se pueda a través de sus plataformas e información aportada por la marca y crearemos una lista con las necesidades de aplicación para crear una solución integral, cohesionada y a medida.

3.1. ANÁLISIS DE LA MARCA

La Federació de Triatló de la Comunitat Valenciana, en adelante la Federación, tiene muy bien definido el perfil de marca y su identidad, ya que su labor es clara. Aún así, su logotipo e identidad corporativa se ha quedado anticuado (Fig. 2). Son muchas las federaciones, clubes y marcas deportivas las que están actualizando su imagen y dándole un carácter más moderno y de estilo para estos nuevos tiempos del *boom* en las nuevas tecnologías.

Lo primero que definí con la federación, era reinventar el logotipo y reemplazar los personajes típicos del “nadador, ciclista y corredor” que solían representar de manera fácil y reconocible, sobretodo para las personas que no sabían qué era el triatlón. Creo que esto ha cambiado en los últimos años y pocos no conocen o han oído hablar de este deporte. ¿Quién no sabe quién es Javi Gómez Noya (Fig. 3)?

3.2. CONTEXTUALIZACIÓN: HISTORIA DEL TRIATLÓN

Pocos conocen su historia, así que me ha parecido oportuno contarla brevemente a partir de la información extraída de diversos artículos de webs y revistas referenciados en la bibliografía.

El triatlón es un deporte olímpico que acoge tres disciplinas deportivas: natación, ciclismo y carrera a pie. Se realizan en ese orden y sin interrupción hasta la línea de meta. Este podría tener su origen en el Pentatlón, que no es más que la combinación de cinco deportes que han ido variando a lo largo de la historia. En los Juegos Olímpicos de Estocolmo (Suecia) en el año 1912 las pruebas que lo componían eran: esgrima, hípica, natación, carrera de campo



Fig. 5 Lyn Lemaire y otros participantes: Ironman Hawaii, 1979. Primera mujer en completar un Ironman.



Fig. 6 Campeonato de Euskadi de Triatlón: puntuable para el circuito Austral, Zarautz 1987.

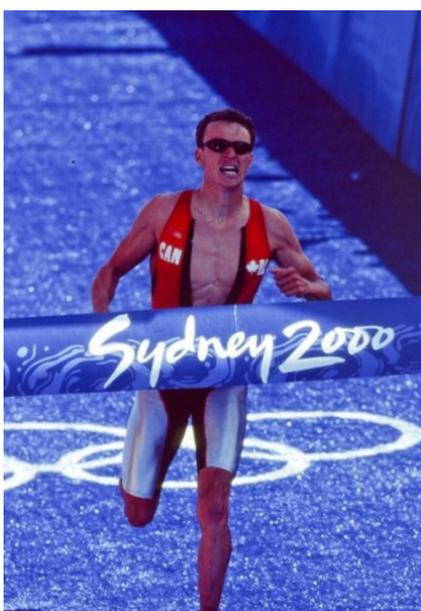


Fig. 7 Simon Whitfield: Ganador Juegos Olímpicos Sydney 2000. Primera representación del triatlón en unos Juegos.

a través y tiro. La primera vez que coincidieron las tres disciplinas del triatlón en las pruebas de pentatlón fue a raíz de la escasez de caballos provocada por la 1ª Guerra Mundial, cuando se utilizaron las bicicletas para sustituir a la disciplina de hípica.

Aún así los inicios se sitúan en Joinville-le-Pont (Francia, 1902) donde la prueba consistía en carrera a pie, ciclismo y canoa (Fig. 4). Luego se sustituiría la canoa por la natación, adoptando el nombre de *La Course des Desbrouillards* en Poissy, que constaba de carrera a pie, ciclismo, otra vuelta de carrera a pie y 30 metros de natación en el río Sena. Con el tiempo, el nombre de la prueba cambiará a *Course des Touche-à-tout* (*carrera de los que saben de todo*). En 1921, el club de natación Petit Perillon, en Marsella (Francia), organiza un evento llamado *Les trois sports* (los tres deportes), ya nombrado así en 1902, que consistió en un primer segmento de ciclismo de unos 7 km, una carrera a pie de 5 Km y finalizando con 200 metros de natación. La primera referencia que se tiene en España de una prueba similar es en el concurso de *ciclo-nata-cross* organizado en la ciudad de Castro Urdiales (Cantabria), el 18 de julio de 1963. Esta prueba se organizó durante 2 años, pero no tuvo más continuidad. El 25 de septiembre de 1974, John Johnstone y Don Shanahan organizan el primer triatlón en Mission Bay, San Diego (Estados Unidos). La palabra Triatlón se usó por primera vez en el sentido moderno en una hoja publicitaria de la competición.

Pero la verdadera leyenda de este deporte, popularización y organización de sus segmentos y distancias, comenzó con el surgimiento del Ironman de Hawái (Fig. 5). La leyenda cuenta que en una cervecería en la que se discutía cuál de las pruebas deportivas más tradicionales de la isla era la más dura: la *Waikiki Rough Water Swim* (2,4 millas de natación, 3800 metros aproximadamente), la *Around Oahu Bike Race* (120 millas, 180 kilómetros aproximadamente) o la *Marathon de Honolulu* (42,195 kilómetros), finalmente, John Collins propuso que se realizaran las tres pruebas en el mismo día, siendo el vencedor de las mismas el "Ironman". Así, el 18 de febrero de 1978, 15 triatletas comenzaron la aventura épica de completar el recorrido, siendo 12 los participantes que acabaron la prueba, y proclamándose vencedor Gordon Haller, un taxista de profesión, que completó el recorrido en 11 horas y 46 minutos.

En 1983 se celebra el primer triatlón en España, anunciado como tal, en el Grao de Castellón, aunque con las disciplinas cambiadas de orden, al que siguieron muy de cerca Guadalajara, en 1984, y Zarautz en 1986 (Fig. 6).

El 1989 es un año clave en la evolución de este deporte. A nivel internacional se crea la I.T.U. (*International Triathlon Union*), que desde ese año rige el destino internacional del triatlón, celebrando el primer campeonato del mundo en Aviñón (Francia) sobre la distancia Olímpica (1.500 metros de natación, 40 kilómetros de ciclismo y 10 kilómetros de carrera a pie), estableciéndose estas distancias y la denominación de Olímpico, al ser las distancias de mayor recorrido sobre las cuales se disputan cada uno de los deportes que



Fig. 8 Brigitte McMahon: Ganadora Juegos Olímpicos Sydney 2000. Primera representación del triatlón en unos Juegos.

componen el Triatlón en las pruebas que se celebran en los Juegos Olímpicos: la prueba de 1500 metros de natación en piscina Olímpica, la prueba de ciclismo de 40 km en pista (en 1989 el ciclismo en ruta no era modalidad Olímpica) y la prueba en la pista de atletismo de 10.000 metros de carrera a pie.

Ese mismo año, en España tiene lugar la creación de la *Comisión Nacional de Triatlón* como resultado del acuerdo entre triatletas de las comunidades autónomas más representativas y la *Federación Española de Pentatlón Moderno*, que ofreció su cobertura legal a través del Consejo Superior de Deportes. En 1994 el triatlón es declarado por el COI deporte olímpico, pero no es hasta los Juegos Olímpicos de Sydney 2000 cuando se incluyen por primera vez (Fig. 7, Fig. 8). En la actualidad, el organigrama deportivo del triatlón en el panorama nacional se ha consolidado y ya tiene su propia federación independiente: FETRI (Federación Española de Triatlón). Además en el plano competitivo, España se encuentra actualmente entre las primeras potencias mundiales de este deporte.

El caso del triatlón en la Comunitat Valenciana y concretamente en la capital arrastra ya más de 25 años desde que en el año olímpico de 1992 se organizara el primer triatlón en la ciudad. Así pues, la Federació de Triatló de la Comunitat Valenciana se funda en 1995 como una entidad privada de utilidad pública sin ánimo de lucro, delegada del Gobierno Valenciano para la promoción del triatlón. Además, la Comunitat es una gran cantera de los futuros representantes del triatlón español.



Fig. 9 Nacira Danza, Escuela de Baile: Ejemplo de identidad visual corporativa.

3.3. IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA

Para continuar con el proyecto me vi en la necesidad de buscar que es exactamente una marca, y di con el nombre de identidad visual corporativa. Esta es la representación tangible de una marca mediante un conjunto de elementos y símbolos gráficos comunes, imprescindibles para dotarla de imagen, coherencia y unidad y esenciales para transmitir la naturaleza de la marca, sus atributos y sus valores. Podríamos decir que la marca es una parte, aunque muy amplia, de la identidad visual corporativa.

“Hay que tener especialmente en cuenta que la identidad deberá ser visualizada a partir de una comprensión sustancial de la personalidad latente o evidente de la empresa, y manifestada en todas sus comunicaciones por medio de signos y símbolos visuales”³

Normalmente, la identidad visual corporativa está formada por el logotipo, tipografía, paleta de colores, estilo de imágenes, papelería, cartelería, folletos, señalética, uniformes, página web, merchandising y todo aquello

³ COSTA, J. (1994) *Imagen global*, p. 84. Barcelona: CEAC.



Fig. 10 Representantes de la Federació de Triatló de la Comunitat Valenciana en el Campeonato de España por Comunidades Autónomas: Ganadores, 2017.



Fig. 11 Campeonato Autonómico de Acuatlón: Podium femenino, 2019.



Fig. 12 Cartel: Curso Entrenadores, 2020.

que nos ayude a reconocer y diferenciar la marca (Fig. 9). Esto, queda estructurado en un manual de identidad visual corporativa, donde se definen y acotan las variables y límites de representación de la marca a todos sus niveles.

Para generar una marca sólida, identificable y perdurable es obligatorio aplicar de forma coherente y disciplinada este manual, resolviendo así cada caso en concreto. Con ello, se ayudará al público a reconocer e identificar dicha marca frente las otras, resaltando en el entorno y entre la competencia.

La primera impresión es crucial, una marca homogénea es síntoma de experiencia y conocimiento, es reflejo de confianza y buena reputación.

3.4. RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN

La Federación, como he dicho, tiene muy bien definida su marca y su público. A la vez que engloba un gran grupo de deportistas populares, que cada día es mayor, también representa otros colectivos como sus deportistas profesionales, sus técnicos y entrenadores y sus oficiales y personal administrativo. Además representa tres disciplinas deportivas, por lo que diseñar un logotipo que englobe las tres, sin caer en las típicas representaciones no es tarea fácil. Además, este se utiliza en muchos formatos distintos, que van desde la común papelería de cualquier marca a tritajes o monos de competición (Fig. 10), cintas de meta (Fig. 11), trofeos, cartelera (Fig. 12), etc. Es por eso que haré una búsqueda de todos estos soportes que se utilicen actualmente en la federación para, seguidamente, elaborar una lista que tener de referencia de cara a diseñar el logotipo y poder aplicarlo.

El color es una parte muy importante a la hora de abordar un diseño. Aunque la definición de la paleta de color se hará más adelante, hay que tener en cuenta los colores que actualmente se utilizan y la federación quiere mantener, pues aún tratándose de un cambio de imagen completo, la esencia, la personalidad y sobre todo el reconocimiento de sus actuales seguidores no puede perderse. Tanto el logotipo como la marca actual utilizan el azul, el amarillo y el rojo, que encontramos en la señera de la Comunitat Valenciana que la hace tan representativa y fácilmente reconocible sin pararte a leer de dónde es el logotipo. Además, la Federación tiene una relación muy estrecha con la Comunitat.

No se encuentra casi ningún dato, por no decir ninguno, de los inicios de la federación, de logotipos antiguos o soportes y aplicaciones que no sean las utilizadas en la actualidad, sin apenas cambios durante años. Desde que tengo uso de razón siempre he visto ese logotipo como imagen de la federación, y en mi círculo más próximo tampoco tienen constancia de ninguna otra imagen corporativa.

A nivel de soportes, encontramos, como he dicho, una gran variedad, aunque en todos hay una unidad muy bien cohesionada la que nos hace identificarlos a la primera. Utilizan sobre todo el azul como fondo en la mayoría



Fig. 13 Papelería: Carnet Licencia Federativa 2020.

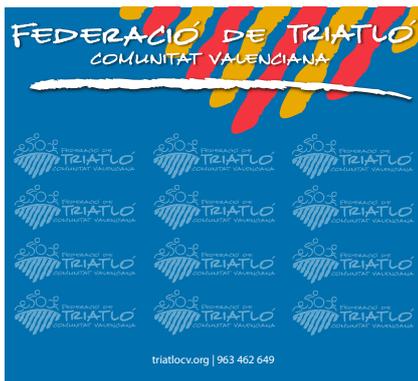


Fig. 14 Competición: Trasera podium (photocall) y furgoneta, 2020.



Fig. 15 Equipaciones: Ropa de calle (polo) y tritraje (mono de competición), 2020.

de estos, con el logotipo a la vista completamente o en algunos casos, parte de este, como la sección donde encontraríamos la bandera cuatribarrada. En esta cuestión está muy bien trabajado, pero el gran problema que encontramos es la falta de actualidad del logotipo, sin este ser “feo”, ya no representa una federación moderna y joven, por este motivo es importante tener en cuenta esta unión de todos los elementos y crear una nueva imagen sin perder esta identidad tan bien consolidada entre todo el colectivo de la Federación.

3. 5. APLICACIONES

Una vez tengo una visión amplia con información de la marca, y elaborado un primer *briefing*, paso a implementar la lista de necesidades que enviaré a la federación por si tienen alguna otra necesidad que añadir. Aprovecho para reunir los soportes actuales que tiene la marca para seguir esa línea a la hora de aplicar la nueva identidad. La lista es la siguiente, separada en cuatro grupos:

3.5.1. Papelería

- Folios / Cartas
- Sobres (pequeños con y sin ventana y americanos)
- Tarjetas de visita
- Carnet Licencia (Fig. 13)
- Acreditaciones
- Certificados
- Cuño

3.5.2. Competición

- Photocall (Fig. 14)
- Cinta de meta (Autonómicos y genérica)

- Arco de meta
- Podium
- Fundas de vallas
- Dorsales
- Vehículo (Fig. 14)

3.5.3. Uniformes y Equipaciones

- Tritrajes (Fig. 15)
- Polo (Fig. 15)
- Bermudas
- Equipación ciclismo
- Equipación carrera a pie
- Chándal
- Mochila
- Gorra

4. ESTUDIO DE REFERENTES

Uno de los puntos más importantes del proyecto son los referentes. Estos los he dividido en tres grupos: el primero centrándome en logotipos conocidos del mundo del deporte, el siguiente más encaminado al estudio de la identidad visual corporativa y, por último, artistas que me han parecido interesantes a la hora de diseñar.



Fig. 16 Logotipo Federación de Natación de la Comunitat Valenciana: Antiguo y actual.



Fig. 17 Logotipo Federación de Fútbol de la Comunitat Valenciana: Antiguo y actual.



Fig. 18 Logotipo: Comunitat de l'Esport.



Fig. 19 Logotipo: Revista Super Deporte.



Fig. 20 Logotipo Fundación Deportiva Municipal de Valencia: Antiguo y actual.



Fig. 21 Logotipo: Revista Super Deporte.



Fig. 22 Logotipo: Mediterrànea Triatlón, 2020.

4.1. REFERENTES DE LOGOTIPO

He buscado diferentes logotipos para empezar a rediseñar la imagen de marca de la Federación. Los he separado en distintos bloques de trabajo según sus representaciones, de que organizaciones son o simplemente me ha parecido relevante nombrarlos, quizá porque son de la Comunitat y he querido saber que hay en la zona:

3.3.1. Comunitat Valenciana

Son logotipos muy reconocidos a nivel valenciano y sobretodo en el ámbito deportivo.

- Las **federaciones de natación y fútbol** han cambiado su logo en los últimos años, aunque no son de los que más me llaman la atención, el hecho de que estén cambiándolos si que me resulta interesante (Fig. 16, Fig. 17).
- El logotipo de **Comunitat de l'Esport** es de los que más interés tiene para mí, ya que representa a la Comunitat con la forma de esta y con los colores de la señera (Fig. 18).
- La revista **Super Deporte** tiene uno también muy representativo y es bastante conocido entre los deportistas y seguidores (Fig. 19).
- La **Fundación Deportiva Municipal de Valencia** ha hecho un rediseño de su marca en estos últimos años muy bueno y creo que han logrado un logotipo muy acertado y referencia para mi a la hora de afrontar este diseño (Fig. 20).
- El **Proyecto FER** es uno de los proyectos más importantes del panorama valenciano y referente en toda España, que apoya a deportistas olímpicos o en camino de serlo a fin de tener una gran representación valenciana en los Juegos Olímpicos en el futuro (Fig. 21).
- **Mediterránea Triatlón**, compuesto por tres triatlones, uno en cada capital de provincia de la Comunitat, es uno de los circuitos más importantes y con más participación y, al estar detrás la Federación, he creído importante nombrarlo (Fig. 22).

3.3.2. Triatlón

Estos son extraídos de las federaciones de todo el panorama internacional y nacional relacionados más concretamente con el triatlón.

- Encontramos por supuesto a la **Fetri**, actualizado este año precisamente. Este utiliza un símbolo en forma de "e" representando las tres disciplinas que componen el triatlón, además acompañado por su nombre abreviado, por el que todo el mundo conoce y en algunos casos también del texto de apoyo (Fig. 23).



Fig. 23 Logotipo Federación Española de Triatlón: Antiguo y actual.

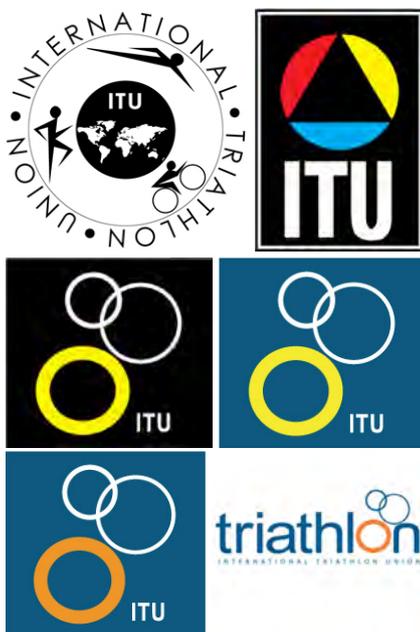


Fig. 24 International Triathlon Union: Evolución de sus logotipos.



Fig. 25 Logotipos tres elementos: Varias federaciones y clubes.

- La ITU, uno de los logos más reconocidos en el mundo del triatlón. Actualmente cuenta con tres aros de tres tamaños representando tres elementos como el triatlón. Aunque es de los logotipos que más historia he encontrado, con cuatro antecesores al que nos ocupa (Fig. 24).

“Durante el primer congreso en 1989 se sometieron a votación tres propuestas de logo. De ahí resultó el primer logo de la ITU, en el que se representaban las tres disciplinas del triatlón y el planeta, para destacar la talla del triatlón. En 1991 se presentó y aprobó un nuevo logo. Una imagen más estilizada y elegante que mantenía los valores fundamentales del deporte y la organización. Un triángulo equilátero que representa la igualdad de las tres disciplinas deportivas del triatlón con la sugerente y prominente abreviatura de la ‘ITU’ debajo. Tras el éxito del primer triatlón Olímpico y con un nuevo y prometedor futuro, la ITU decidió en 2001 introducir un nuevo logo para retratar este nuevo hecho. Los aros de la ITU se crearon para ilustrar este nuevo hito Olímpico. Tomando el tres como idea ya existente y añadiendo los ideales de universalidad y perdurabilidad de los Aros Olímpicos. Desde 2001, los anillos de la ITU han sufrido ligeros cambios, pero hoy en día siguen siendo la base fundamental”.⁴

- El recurso de los tres elementos es utilizado por muchas marcas y clubes. Utilizan tres elementos cualquiera para representar este deporte. Los ejemplos que he utilizado de referencia son: **Triathlon Australia, Club Triatlón Las Rozas, Team Clavería, Club Triatlón Cidade de Lugo Fluvial, Deutsche Triathlon Union, Hungarian Triathlon Union, Uzbekistan Triathlon Federation, Bahrain Triathlon Association, el Triatlón de Victoria-Gasteiz, y el logotipo de las series mundiales**, representado con una raya vertical y tres en horizontal (Fig. 25).
- Encontramos también logotipos que representan letras de su nombre, utilizan un símbolo representativo de su ciudad o hacen un juego con el símbolo y la imagen del deporte. Tenemos a **Belgian Triathlon, Federazione Italiana Triathlon, USA Triathlon, Triathlon Canada, Triathlon Toulouse Metropole** (Fig. 26).
- Por último, están las federaciones o clubes que no han actualizado su logotipo y siguen utilizando las típicas representaciones del triatlón del “nadador, ciclista y corredor” que ya acordé substituir con la Federación, como he dicho anteriormente. Aquí se encuentran: **British Triathlon, Fédération Française de Triathlon** y muchos clubes más (Fig. 27).

⁴ ITU Admin, 20yrs of ITU: The Logo, 2009.



Fig. 26 Logotipos representativos: Varias federaciones y clubes.



Fig. 27 Logotipos sin actualizar: Varias federaciones y clubes.



Fig. 28 Logotipos de marcas de natación: orca, Turbo, Speedo, arena.



Fig. 29 Logotipos de marcas de ciclismo: Factor, Shimano, Engobe, Sportful.



Fig. 30 Logotipos de marcas de carrera y moda: Nike, Brooks, New Balance, On.

3.3.3. Natación, Ciclismo, Carrera

Son cogidos de marcas relacionadas con los deportes por separado que componen el triatlón, pero que los deportistas conocen o me han parecido interesantes.

- Orca, Speedo, Turbo y Arena, son marcas de natación que hacen un gran papel por estar siempre a la última. La primera da la sensación de ser una orca, sin representar al animal. Speedo utiliza una flecha para expresar movimiento y velocidad, mientras que Turbo se sirve de un nadador pero muy discretamente. Un dato curioso de Arena es que fue fundada por el hijo del creador de Adidas, pues podría remitirnos un vago recuerdo a esa marca. (Fig. 28).
- En ciclismo me he centrado en algunas marcas fabricantes de material y de ropa. Factor, es una marca de bicicletas que utiliza la forma de una carretera en negativo para hacer su logotipo. Shimano, es la marca de componentes más utilizada en el mundo y además acoge su logo como logomarca, sin símbolo. Engobe, es una marca joven de ropa técnica de ciclismo y su logo a parte de decir GO, que lo engloba su nombre, representa las dos ruedas de la bicicleta. Y por último Sportful que recrea la letra "S" con tres elementos muy sencillos y con mucha fuerza (Fig. 29).
- Las zapatillas son un buen ejemplo de aplicación de logotipo. On, hace un trabajo excepcional de marketing y de fotografía y es por eso que me ha parecido importante. Brooks, New Balance, Nike tienen unos logos muy reconocidos, sobretodo esta última, y referentes en el mundo del diseño (Fig. 30).

3.3.6. Otros

Logotipos conocidos de cualquier ámbito del diseño pero que me han parecido relevantes a la hora de la recopilación de referentes.

Vans, Apple, marcas referentes a nivel mundial, con las que he crecido y siempre he tenido como referentes de la sencillez, la elegancia y la fuerza que transmiten. Se reinventan si se precisa y no paran de crecer (Fig. 31).

4.2. REFERENTES DE IDENTIDAD VISUAL

Una de las marcas más conocidas del país, de la que seguí su proceso de cambio mucho antes de plantearme este proyecto; hablo de **CORREOS** (Fig. 32). Creo que ha hecho un rediseño ejemplar y digno de admirar. No sólo ha simplificado el logotipo, lo ha adaptado a los tiempos sin perder su identidad y ha recreado una nueva simbología para sus aplicaciones, sino que ha hecho un gran trabajo de marketing incluyendo videos explicando como ha sido ese



Fig. 31 Logotipos de marcas conocidas: Vans, Apple.



Fig. 32 Proceso de trabajo en la identidad visual corporativa: Correos.



Fig. 33 Manual de identidad visual corporativa: Generalitat Valenciana.

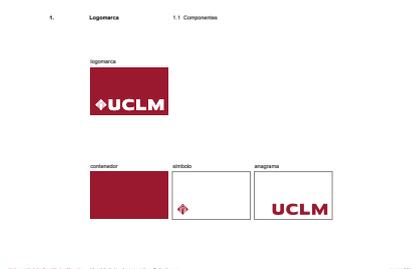


Fig. 34 Manual de identidad visual corporativa: Universidad de Castilla La Mancha.



Fig. 35 Canal de Youtube: Marco Creativo.

cambio e incluso han inventado un *trap* muy pegadizo para que sepas como se compone el logotipo: “Cruz, doble M, barra, espiral, azul, cruz, doble M, barra, espiral, amarillo, cruz, doble M, barra espiral...”.

También han rediseñado el logotipo de la **Generalitat Valenciana**, haciéndolo, como todas las actualizaciones que he visto, más simple y más moderno. Además, su manual de identidad visual es súper completo y digno de nombrar (Fig. 33).

La **Universidad de Castilla La Mancha** ha hecho un rediseño de su logotipo y me ha parecido interesante la diferenciación de sus componentes (Fig. 34).

Por último, muchas otras pequeñas marcas que me han servido de guía para crear las aplicaciones y la identidad visual, ya que he podido ver sus manuales y como han construido el logotipo. Estas son: **Ascensores Bataller**, **Fertilis SL**, **Garcosa Constructores** y **Casa Pastor**.

4.3. REFERENTES DE DISEÑADORES

Mi primer referente es **Marco García**, diseñador, profesor y youtuber, fundador del canal **Marco Creativo** (Fig. 35). Lo sigo desde hace varios años y me encantan sus proyectos. Además sus videos son muy útiles para cualquier duda que tengas a la hora de afrontar un trabajo o que proceso seguir.

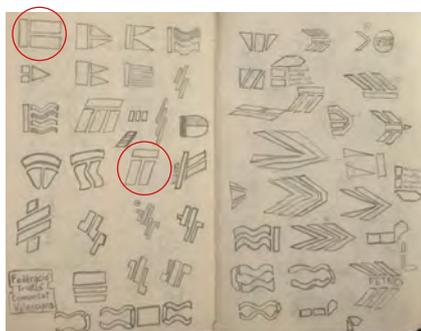
El siguiente es autor de las últimas cuatro marcas nombradas anteriormente en referentes de identidad visual, están diseñadas por **Alejandro Muñoz**. Me ha parecido interesante su estilo y su manera de organizar la información y la presentación de la identidad y, como he dicho, me ha servido de guía para abordar mi proyecto.

Podría nombrar a más diseñadores de los que he aprendido pero los citados son los dos valencianos y buenos representantes de mis referentes.

5. REESTRUCTURA DE INFORMACIÓN

Una vez analizados todos estos factores, hacemos una reestructuración de la información obtenida y empezamos a plantear criterios de la nueva identidad corporativa. Para comenzar, qué es la marca, qué quiero representar: se compone de tres disciplinas deportivas, quiero que represente movimiento, fuerza, velocidad, unión... Para reestructurar la información, me haré las siguientes preguntas:

- ¿Cómo puedo representar el agua, el ciclismo y la carrera a pie de manera simbólica?
- ¿Y a la Comunitat Valenciana?
- ¿Pero ha de entenderse que es una Federación, no?
- ¿Y si utilizo el nombre de esta para crear el logotipo?

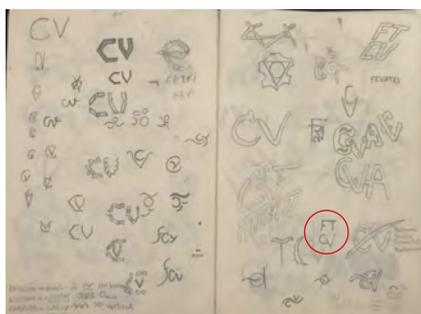


- ¿Como puedo hacer para no perder la identidad que ya tiene?
- ¿O utilizo tres elementos iguales para representar el número tres?
- ¿O como quedaría mantener la bandera que ya utiliza el logo actual?
- ¿Si utilizo las iniciales de la Comunitat Valenciana? ¿Si utilizo solo la V, los de Castelló i Alacant se verían reflejados?
- ¿Como puedo darle movimiento?
- ¿Dónde coloco el texto de apoyo?
- ¿Que nombre pongo?



6. CONCEPTUALIZACIÓN Y LÍMITES

Esta fase es de las más difíciles y costosas del proyecto. De aquí surgirán más dudas para las siguientes fases pero también las bases de toda la nueva identidad corporativa de la Federació de Triatló de la Comunitat Valenciana. Lo dividiré en cuatro puntos: la primera los bocetos en papel; la segunda el cambio a digital y pruebas de color; la tercera, la verificación con unas primeras aplicaciones, la elección de la tipografía de apoyo y la personalidad de la marca; la última la definición del logotipo, los colores, y los componentes de esta.

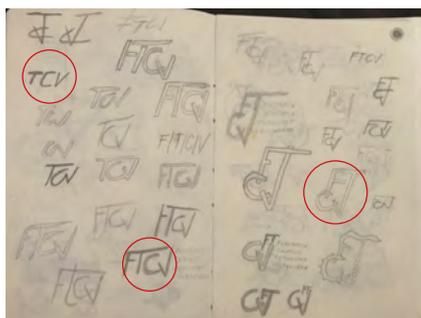


6.1. BOCETOS A PAPEL

Empezaré con bocetos a lápiz intentando representar, fuerza, movimiento, velocidad y utilizando tres símbolos, que a la vez representen a la Comunitat. Eso se ve transformado en la representación de los tres segmentos del deporte, pretendiendo escoger un elemento sencillo y simbólico que identifique a cada uno. Utilizo las iniciales de CV, o pensando en tres, CVA (Castelló, València i Alacant), aunque no encuentro nada en claro (Fig. 36).



Me comunico con la Federación para definir el *namings* del nuevo logo, ellos me contestan que han de ser las iniciales FTCV las que aparezcan, por lo que hago un millón de combinaciones con estas cuatro letras, algunas un poco enrevesadas, cabe decir. Finalmente, llego a una combinación con fuerza y movimiento, pero al enseñar el boceto a la Federación, cambian de estrategia y el *namings* pasa a ser TRICV. Este nombre me lo había planteado, el TRI representa a la perfección el triatlón, además ha sido utilizado por la marca en otras ocasiones de forma publicitaria, pero al decirme en primer lugar las iniciales de FTCV las descarté. Por lo que he de empezar a abocetar de nuevo con esta combinación. Rodeados en rojo estan los bocetos más significativos en cada paso de la evolución del logotipo para llegar al objetivo.



Empieza a verse algo de luz cuando doy con una combinación con mucho juego y me decido a pasar a digital (Fig. 37).

Fig. 36 Logotipo: Primeros bocetos a papel, evolución de símbolos a logomarca.

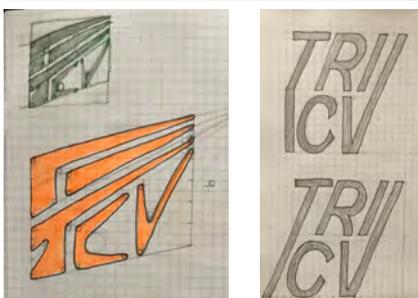
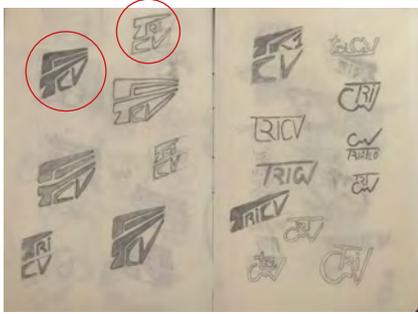
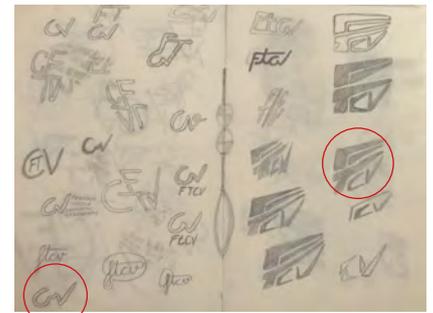
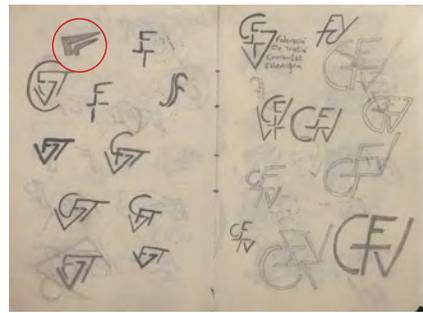
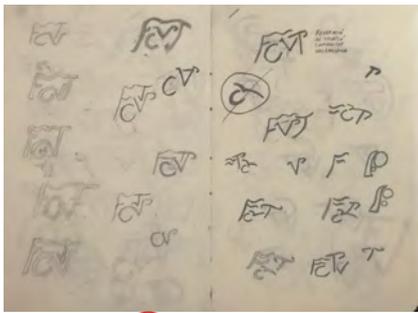


Fig. 37 Logotipo: Continuación de bocetos a papel, sigue su evolución.



Fig. 38 Primeras pruebas a digital del nuevo logotipo.

6.2. PASO A DIGITAL

Primeros bocetos a digital, el Illustrator es mi nuevo papel. Primero repaso el boceto que había hecho a mano (Fig. 38) pero no me acaba de convencer, más aún al probar el color, por lo que busco una tipografía con más fuerza que pueda cuadrar en el formato. La **RIFT BOLD ITALIC** representa a la perfección lo que andaba buscando, el modo *cursiva* ya había tomado protagonismo desde los primeros bocetos. He de modificar las astas de la T y la V, además de cuadrar las diagonales de esta últimas con la R, en definitiva unir todo el logotipo para que se vea coherencia. Queda un símbolo muy equilibrado y elegante, con fuerza y dinamismo, por lo que voy definiendo el color. Pregunto a la Federación si les gusta esta línea, me contestan que sí, pero los colores les parecen muy “retro” y muy “Canal 9”. Así que empiezo a investigar un cambio que pierda ese efecto característico del antiguo canal de televisión valenciano. Utilizando tres volúmenes cada uno de un color, haciendo una perspectiva, lo consigo (Fig. 39).

6.3. VERIFICACIÓN

Es importante aplicar el logotipo en distintos formatos para verificar que no haya ningún problema. En este punto, también empiezo a crear una simbología de la marca utilizando tres líneas como decoración en sus distintos formatos, así como el logo actual mantenía la bandera para sus soportes como decoración (Fig. 40).

En este caso se me dificulta la tarea, pues el formato en vertical no acaba de cuadrar en varios de los soportes imprescindibles de la marca. Esto es lo que llamaría nuestro autor de la metodología escogida, Bruno Munari, Verificación. Por lo que he de volver a retocar el logotipo y pensando en un formato horizontal. Defino la tipografía de apoyo en una primera idea de logotipo en horizontal. Esta es Source Sans Pro (Fig. 41). Tiene 12 posibilidades de utilización y combina a la perfección con la tipografía del logotipo. Pero el símbolo de TRICV ha de poder utilizarse solo sin el texto de apoyo.

Manteniendo la línea que había creado, colocho la CV a continuación del TRI. Pero decido eliminar el asta de la V y acortar la T, pues el espacio que se genera en blanco sobra. Además simplifico la pequeña perspectiva que había utilizado para colocar los tres colores, pues en pequeños formatos podría tener problemas de aplicación, las líneas estaban demasiado cerca y eran muy finas. Me surge una nueva solución (Fig. 42).



Fig. 39 Definiendo el logotipo en digital: diferentes versiones, pruebas de perspectiva y transparencias.

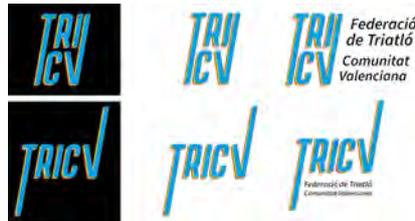


Fig. 41 Pruebas del nuevo logotipo: vertical y horizontal.



Fig. 42 Proceso de cambio del nuevo logotipo: formato horizontal.

6.4. LOGOTIPO FINAL

Vuelvo a la tipografía original para definir el logotipo, ya que las letras habían sido modificadas para unir las diagonales, cosa que ahora no es necesario al estar todo en una línea. Si que alargó el asta de la T hacia abajo, esto le da presencia e identidad. Pruebo diferentes combinaciones para colocar el texto de apoyo unido a la nueva logomarca (Fig. 43).

Los colores era otro tema a definir. Los escogidos anteriormente eran muy vivos, por lo que busco los originales del logotipo de la federación y los hago coincidir con los siguientes PANTONE: 285 C para el azul, 124 C para el amarillo y 200 C para el rojo. Estos son más oscuros y no dan el efecto de retro que no gustaba en la primera muestra.

Seguidamente, defino los términos. El identificador institucional de la Federación de Triatló de la Comunitat Valenciana es una marca formada por un logotipo o logomarca y un texto de apoyo, y está configurada en una única versión. El logotipo puede denominarse también logomarca ya que la tipografía empleada ha sido modificada. Así pues, denominaríamos logotipo (o a su vez, logomarca) a "TRICV" y texto de apoyo a Federació de Triatló Comunitat Valenciana. Al no existir símbolo en la marca, el logotipo podría utilizarse como tal aislado del texto de apoyo para aplicaciones gráficas y como motivo ornamental (Fig. 44).

Finalmente, termino de modificar el logotipo añadiéndole más presencia a la T con tres pequeños cuadrados a continuación de su asta, sirviéndonos de los tres colores corporativos y utilizando el término de tres elementos que buscaba desde los inicios de los bocetos (Fig. 45).

Así queda una logomarca con más personalidad y presencia y a su vez, estos tres elementos me sirven por si solos como motivo ornamental para utilizar en las futuras aplicaciones, pues tomará protagonismo. Es una buena forma de integrar toda la identidad corporativa, logotipo y aplicaciones.

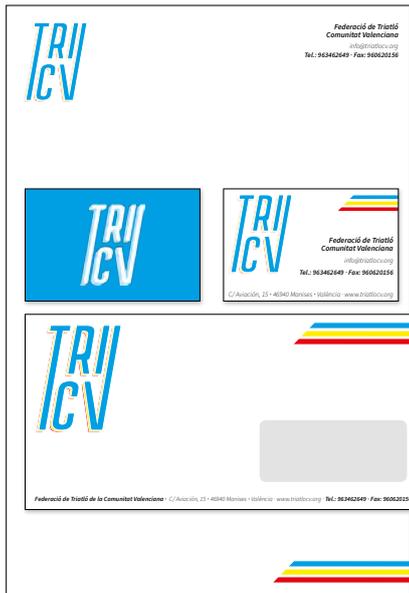


Fig. 40 Pruebas de aplicación del nuevo logotipo en vertical.



Fig. 43 Pruebas con el texto de apoyo: Logotipo final.

7. DISEÑO APLICADO

Llegó el punto más divertido y más creativo, pero a la vez más técnico y que más me gusta a la hora de diseñar una marca, aplicar todo el trabajo hecho. Ya hice unas pruebas para verificar el logotipo pero ahora se ampliará a la lista de necesidades acordada por la federación en un principio.

Primero de todo he creado un manual de normas básicas con tal de que los profesionales tengan una guía a la hora de aplicar en logotipo en cualquier soporte fuera de los solicitados, o en el caso de encargarlos a otro diseñador.



Fig. 44 Combinación de logotipo y texto de apoyo escogido.



Fig. 45 Logotipo final: logomarca más texto de apoyo.

Fig. 46 Nuevo manual de normas gráficas básicas: Federació de Triatló Comunitat Valenciana.

Seguidamente, como mostré anteriormente, he desglosado la Identidad visual corporativa en tres grupos, resultantes de la lista que acordé con la Federación. Dejaría pendiente el apartado de señalética, pues es demasiado amplio para abarcarlo aquí, además habría que hacer un manual extenso de cero pues actualmente no cuentan con uno personalizado ya que, se suele utilizar para señalar, sobretodo en las competiciones, cada organizador de cada prueba, a su gusto o como puede según sus recursos.

En esta memoria mostraré una parte de las aplicaciones, las más representativas, pues es muy extensa la lista, pero se ampliará con un Anexo donde colocaré cada una de estas, separadas en los cuadro apartados que muestro a continuación.

7.1. MANUAL DE NORMAS BÁSICAS

Este manual (Fig. 46) es casi lo más importante de todo el trabajo de aplicaciones, pues dice las normas a seguir a la hora de la utilización de nuestra marca en cualquier soporte. Este será entregado a la Federació de Triatló de la Comunitat Valenciana para presentar la propuesta de rediseño de logotipo en formato de tríptico, dentro de una caja de CD con su carátula y, en su interior, un disco y una unidad de memoria con carpetas con las diferentes versiones de la marca en los formatos más comunes utilizados en el mundo de las artes gráficas e impresión en general, además de todas las aplicaciones solicitadas.

MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS

LA MARCA

El identificador institucional de la Federació de Triatló de la Comunitat Valenciana es una marca formada por un logotipo o logomarca y un texto de apoyo. Está configurada en una única versión.

Para una presentación consistente es importante mantener alrededor de ella un área de seguridad que la proteja de otros textos, bordes, gráficas o ilustraciones. No respetar el área de seguridad afecta la legibilidad y el impacto.

Las proporciones con las que está construida deberán ser respetadas a fin de que perdure y no se deteriore la imagen con el tiempo. Para realizar las reproducciones se utilizará el soporte informático que posee la empresa.

LA LOGOMARCA

La logomarca es el elemento icónico de la marca y se construye a partir de las proporciones indicadas en el gráfico.

Se recomienda para usos a grandes tamaños o cuando no sea viable la ampliación fotomecánica o digital. También servirá para constatar si hay distorsiones en el logotipo a través del tiempo.

La logomarca se podrá utilizar como símbolo aislado del texto de apoyo para aplicaciones gráficas y como motivo ornamental, pero siempre respetando sus proporciones y sus comportamientos cromáticos tal y como se muestran en esta normativa.

COMPORTAMIENTOS CROMÁTICOS

La variación en el tratamiento de los colores dependerá del tono del soporte donde vaya incluida la marca, siempre intentando respetar la correcta legibilidad de todos los elementos que la componen.

La marca se aplicará en negativo sobre cualquier masa de color o cuando dispongamos de una sola tinta. De esta manera se garantizan una identificación y lectura sencillas.

LOS COLORES

Los colores corporativos son el PANTONE 285 C, PANTONE 124 C y PANTONE 200 C.

El objetivo de los colores corporativos es personalizar e individualizar los soportes de comunicación, dotándolos de un carácter de unidad. Para conseguir este objetivo los colores se han de aplicar consecutivamente y metódicamente.

PANTONE 285 C		PANTONE 124 C		PANTONE 200 C	
CMYK: Cyan	81,20%	CMYK: Cyan	8,95%	CMYK: Cyan	16,20%
Magenta	0,00%	Magenta	36,20%	Magenta	6,00%
Amarillo	0%	Amarillo	100%	Amarillo	77,24%
Negro	0%	Negro	0,00%	Negro	6,00%
RGB: Rojo	37	RGB: Rojo	255	RGB: Rojo	193
Verde	100	Verde	199	Verde	26
Azul	181	Azul	0	Azul	26
NCS: S 1000-B		NCS: S 0030-G84Y		NCS: S 0525-Y08R	
VINCO: 4097 100 Anaranjado		VINCO: 4097 100 Verde Lima		VINCO: 4097 100 Verde Lima	

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

La familia tipográfica SOURCE SANS PRO es la recomendada para complementar la identidad visual de la Federació de Triatló Comunitat Valenciana, así como la empleada en el texto de apoyo.

Su uso se recomienda en señalética, papelería y otros textos corporativos; en piezas publicitarias y promocionales es posible utilizar otras familias tipográficas.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz



Fig. 47 Aplicación papelería: sobre pequeño con ventana y tarjeta de visita.

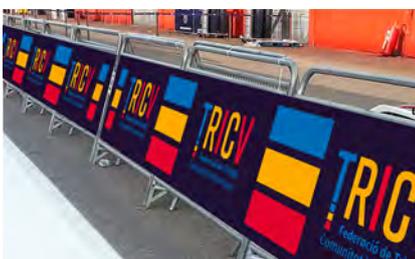


Fig. 48 Aplicaciones competición: Mockup funda de valla y dorsal.

7.2. PAPELERÍA

Como su nombre indica, la papelería sería la parte más burocrática de la Federación. Muchas de estas aplicaciones serán para imprimir, así que daré la opción en color o en blanco y negro, según el presupuesto que se tenga en cada situación. Cabe decir que muchos formatos ya no se utilizan de manera impresa, solamente en algunos casos muy concretos, como por ejemplo los certificados y acreditaciones, por lo que en el caso de imprimir no habría problema en hacerlo en blanco y negro sin tener la modificación hecha. Estas serían unas muestras para presentar con posibilidad de ampliarlo a nuevas necesidades.

- Folios/ cartas: distintos modelos según para lo que se vaya a utilizar.
- Sobres: pequeños con (Fig. 47) y sin ventana, y americanos.
- Tarjetas de visita: de la misma Federación (Fig. 47) y para sus trabajadores más relevantes como presidente, secretario o directora técnica.
- Carnet Licencia.
- Acreditaciones y certificados: he creado unos ficticios para que se vea el resultado final.
- Cuño: he colocado como quedaría este una vez impreso y su versión para crearlo.

7.3. COMPETICIÓN

Serán utilizados sobretodo los días de competición o en actos oficiales como galas o eventos organizados por la Federación.

- Photocall o trasera de podium.
- Arco de meta: hinchable y cuadrado.
- Podium: el diseño está creado para imprimir en tela o cartón y se colocaría envolviendo los cajones de este.
- Fundas de vallas (Fig. 48).
- Dorsales: he creado una muestra para los Campeonatos Autonómicos (Fig. 48).
- Vehículo: la furgoneta que utiliza el personal de la Federación para sus desplazamientos tanto en competiciones y viajes como en el día a día. He dado dos opciones, una del color azul marino utilizado para las aplicaciones y la otra, más económica, en blanco, simplemente con vinilos.

7.4. UNIFORMES Y EQUIPACIONES

Una de las aplicaciones más representativas son los uniformes y en el caso de los deportistas, las equipaciones, ya sean de calle, de competición o de



Fig. 49 Aplicaciones uniformes y equipaciones: Trirajes de chico y chica.

entrenamiento. Los primeros los suele tener solo el personal de la Federación, así como sus oficiales (jueces de competición), mientras que las equipaciones son para los deportistas y técnicos que representan a la Comunitat Valenciana en los Campeonatos de España por Comunidades Autónomas o sus deportistas tecnificados en el Centro de Tecnificación de Cheste. Cabe decir que para la aplicación de estas prendas he seleccionado otra gama de color más visual en ropa. Un azul marino de fondo para poder mantener los colores corporativos y un rojo con más brillo en algunos casos.

- Trirajes: chico y chica (Fig. 49).
- Ropa de calle: Polo y Bermudas.
- Ropa de *Comunitat de L'Esport*.
- Equipación ciclismo: culotte y mallot.
- Ropa técnica de carrera: manga corta y tirantes con pantalón.
- Chándal completo.
- Uniforme de técnico, entrenadores.
- Uniforme de oficiales, jueces.
- Mochila y bidón.
- Gorra.

8. ARTES FINALES

Con artes finales me referiré al proyecto terminado que posteriormente entregaré al cliente, en este caso, a la Federació de Triatló de la Comunitat Valenciana. Como me propuse, he buscado una forma física para presentar la marca a la Federación utilizando una caja de CD con un disco y una unidad de memoria USB con las carpetas del logotipo y aplicaciones en todos sus formatos para facilitar a la Federación su trabajo a la hora de buscar cada soporte (Fig. 50). Dentro de esta encontrarán también un tríptico con el manual de normas gráficas citado anteriormente.

Como he comentado en el punto anterior, en el PDF adjunto, denominado Anexo, se ha organizado toda la relación de aplicaciones que forman parte de la identidad visual corporativa de la Federació de Triatló de la Comunitat Valenciana.



Fig. 50 Artes finales del proyecto: soporte físico que entregar al cliente.

9. CONCLUSIONES

Me ha sorprendido gratamente la evolución que he tenido durante la realización de este proyecto. Cuando se me abrió la posibilidad no sabía muy bien donde me metía, y es cierto que en algunos momentos tuve dudas. Pero todo el aprendizaje de crear un proyecto real como este ha sido muy gratificante, personalmente hablando.

He aprendido casi de cero los pasos a seguir para empezar a contextualizar toda la información y los contenidos que tenía y quería abarcar. He podido organizarme y sacar el proyecto adelante, creando un logotipo actualizado y moderno sin perder los colores y la esencia de la Federación. He sabido aplicar los soportes demandados con un buen acabado y he elaborado un manual de normas básicas que puede ser ampliado si es necesario.

Además he dejado listos los artes finales para presentar el proyecto real a la Federación de una forma tangible como es la caja con carátula; en su interior, un CD y un USB con todo lo necesario para poner en funcionamiento la nueva identidad visual corporativa separado en carpetas por puntos, ya sea el logotipo, las aplicaciones o el manual.

Me acepten o no la propuesta desde la Federació de Triatló de la Comunitat Valenciana, ahora se, de verdad, que es crear una identidad visual corporativa y decir cada concepto por su nombre. He entendido la metodología a seguir y creo que podría tener una muy buena salida profesional. Lo que llevo queriendo hacer desde que me inicié en esta carrera, como dije en la introducción de este Trabajo Final de Grado, unir, por fin, mis dos vidas paralelas hasta ahora, el deporte y el arte. Y que buena forma de terminar.

10. BIBLIOGRAFÍA

– LIBROS:

AICHER, O. Y KRAMPEN, M. (1981). *Sistemas de signos en la comunicación visual*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A.

BLAZQUEZ MANZANO, A. (2012). *Márketing deportivo en 13 historias*. Barcelona: INDE Publicaciones.

COSTA, J. (1994). *La imagen global*. Barcelona: CEAC.

MOLINA, G. (2014). *El poder del marketing deportivo: pasión y dinero*. Madrid: Esteban Sanz Martínez Editorial S.L.

PHILLIPS, P. Y BUNCE, G. (1996). *Diseños de repetición. Manual para diseñadores, artistas y arquitectos*. México: Ediciones G. Gili S.A.

SUSSNER DESIGN COMPANY. (2008). *Diseño de logotipos*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili SL.

– REFERENCIAS ELECTRÓNICAS:

CEJUELA ANTA, R. Y QUIROGA DÍAZ, J. E. (2015). "Orígenes y antecedentes del triatlón" en *Sporttraining*. Nº 62.
<<https://www.sporttraining.es/2020/02/06/articulo-origenes-y-antecedentes-del-triatlon/>> [Consulta: 23 de marzo de 2020]

– TRABAJOS FINAL DE GRADO EN RIUNET:

- BALLESTA GARCÍA, D. F. (2016). *Proyecto de identidad corporativa (branding) para una marca de baterías artesanas. Marca de baterías Boham*. Trabajo final de grado. Valencia: Universitat Politècnica de València, <<https://riUNET.upv.es/bitstream/handle/10251/70359/BALLESTA%20-%20CREACION%20DE%20BRANDINY%20DE%20UNA%20MARCA%20DE%20BATERIAS.pdf?sequence=3>> [Consulta: 27 de abril de 2020]
- BLANES FERNÁNDEZ, C. (2016). *Weph. Diseño e identidad*. Trabajo final de grado. Valencia: Universitat Politècnica de València, <<https://riUNET.upv.es/bitstream/handle/10251/74057/BLANES%20-%20WEPH.%20DISEÑO%20E%20IDENTIDAD.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> [Consulta: 20 de abril de 2020]
- ESCORCIA BERMÚDEZ, F. J. 2018. *Propuesta para rediseño de logotipo e interfaz de una app. Diseño gráfico aplicado a las app android*. Trabajo final de grado. Valencia: Universitat Politècnica de València, <<https://riUNET.upv.es/bitstream/handle/10251/110239/ESCORCIA%20-%20PROPUESTADO%20PARA%20REDISEÑO%20DE%20LOGOTIPO%20E%20INTERFAZ%20DE%20UNA%20APP%20%20DISEÑO%20GRÁFICO%20APLICADO%20A....pdf?sequence=3&isAllowed=y>> [Consulta: 12 de abril de 2020]
- HERTIG UREÑA, E. *Prototipo de la revista fósforo. Revista de diseño, ilustración y fotografía* [Trabajo final de grado]. Valencia: Universitat Politècnica de València, 2019. <<https://riUNET.upv.es/bitstream/handle/10251/125904/Hertig%20-%20PROTOTIPO%20DE%20LA%20REVISTA%20FÓSFORO.%20REVISTA%20DE%20DISEÑO%20c%20ILUSTRACIÓN%20Y%20FOTOGRAFÍA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> [Consulta: 10 de abril de 2020]
- MARÍN FORÉS, L. (2019). *Diseño de una vajilla sostenible. La sostenibilidad al servicio de la gastronomía*. Trabajo final de grado. Valencia: Universitat Politècnica de València, <<https://riUNET.upv.es/bitstream/handle/10251/127378/Mar%C3%ADn%20-%20DISEÑO%20DE%20UNA%20VAJILLA%20SOSTENIBLES%20LA%20SOSTENIBILIDAD%20AL%20SERVICIO%20DE%20LA%20GASTRONOMÍA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> [Consulta: 04 de abril de 2020]
- SÁNCHEZ LOZANO, C. (2018). *Diseño de identidad corporativa y packaging . La Encantá*. Trabajo final de grado. Valencia: Universitat Politècnica de València, <<https://riUNET.upv.es/bitstream/handle/10251/110209/SÁNCHEZ%20-%20Diseño%20de%20identidad%20corporativa%20y%20packaging%20LA%20ENCANTÁ.pdf?sequence=3&isAllowed=y>> [Consulta: 03 de abril de 2020]
- SEGUÍ GASCÓ, M. (2015). *Rediseño de marca aplicado a empresa real*. Trabajo final de grado. Valencia: Universitat Politècnica de València, <<https://riUNET.upv.es/bitstream/handle/10251/61800/SEGUÍ%20-%20REDISEÑO%20DE%20MARCA%20APLICADO%20A%20EMPRESA%20REAL.pdf?sequence=2&isAllowed=y>> [Consulta: 09 de abril de 2020]
- VALLET GARCÍA, C. (2018). *Rediseño integral de la imagen corporativa en el transporte urbano de autobuses de Cullera*. Trabajo final de grado. Valencia: Universitat Politècnica de València, <<https://riUNET.upv.es/bitstream/handle/10251/110231/VALLET%20-%20Rediseño%20integral%20de%20la%20imagen%20corporativa%20en%20el%20transporte%20urbano%20de%20autobuses%20de%20Cullera.pdf?sequence=3&isAllowed=y>> [Consulta: 03 de abril de 2020]

– PÁGINAS WEB

- GOMAR MARCHENA. *Un recorrido por la historia del Valencia Triatlón.*
<<https://triatletasenred.sport.es/en-red/un-recorrido-por-la-historia-del-valencia-triatlon/>> [Consulta: 30 de marzo de 2020]
- INTERNATIONAL TRIATHLON UNION. *20yrs of ITU: The Logo.*
<https://www.triathlon.org/news/article/20yrs_of_itu_the_logo>
[Consulta: 04 de abril de 2020]
- MÁS ALLÁ DE UN RETO. *Historia del Triatlón.*
<<https://masalladeunreto.wordpress.com/2015/05/22/historia-del-triatlon/>>
[Consulta: 20 de marzo de 2020]
- OINK MY GOD. *Qué es la identidad visual y cuáles son los 6 elementos claves que la conforman.*
<<https://oinkmygod.com/identidad-visual-marca/>> [Consulta: 02 de abril de 2020]
- RIBEIRA. *Los orígenes del triatlón.*
<<http://proteinanatural.com/los-origenes-del-triatlon/>> [Consulta: 20 de marzo de 2020]
- SEBASTIÁN DÍEZ. *La verdadera historia del triatlón que nunca te contaron!*
<<https://www.universitri.com/historia-del-triatlon-verdadera/>> [Consulta: 20 de marzo de 2020]

– VÍDEOS DE INTERNET:

- MARCO CREATIVO, “Coloca un diseño sobre cualquier tejido, playera o camiseta en Photoshop / M” en *Youtube*
<<https://www.youtube.com/watch?v=fNTO1AvIIAo>> [Consulta: 20 de mayo de 2020]
- MARCO CREATIVO, “Cómo ENTREGAR un LOGO a un CLIENTE / Illustrator Affinity Tutorial // Marco Creativo” en *Youtube*
<<https://www.youtube.com/watch?v=Xl8szTC4cKE>> [Consulta: 15 de junio de 2020]
- MARCO CREATIVO, “DÍA 4 / PANTONERAS Y COLORES PANTONE #yomequedoencasa / Marco Creativo” en *Youtube*
<<https://www.youtube.com/watch?v=a4244NbqiXA>> [Consulta: 02 de junio de 2020]
- MARCO CREATIVO, “DÍA 10 / CÓMO PRESENTAR TUS PROYECTOS. Masterclass #yomequedoencasa / Marco Creativo” en *Youtube*
<https://www.youtube.com/watch?v=Mq_qA_6f76A> [Consulta: 04 de junio de 2020]
- MARCO CREATIVO, “El problema de las TINTAS PANTONE y cómo HACKEARLO / BenQ PD2700U / M” en *Youtube*
<<https://www.youtube.com/watch?v=UpsZsmryYJs>> [Consulta: 15 de junio de 2020]

11. ÍNDICE DE FIGURAS

Fig.1 Bruno Munari: Método Proyectual, 1983.

Fig. 2 Federació de Triatló de la Comunitat Valenciana: Actual logotipo.

Fig. 3 Javier Gómez Noya: Campeonato del Mundo Multisport, 2019.

Fig. 4 Armée y Marine: noticia del periódico donde aparece *Les Trois Sports*, 1904.

Fig. 5 Lyn Lemaire y otros participantes: Ironman Hawaii, 1979. Primera mujer en completar un Ironman.

Fig. 6 I Campeonato de Euskadi de Triatlón: puntuable para el circuito Austral, Zarautz, 1987.

Fig. 7 Simon Whitfield: Ganador Juegos Olímpicos Sydney 2000. Primera representación del triatlón en unos Juegos.

Fig. 8 Brigitte McMahon: Ganadora Juegos Olímpicos Sydney 2000. Primera representación del triatlón en unos Juegos.

Fig. 9 Nacira Danza, Escuela de Baile: Ejemplo de identidad visual corporativa.

Fig. 10 Representantes de la Federació de Triatló de la Comunitat Valenciana en el Campeonato de España por Comunidades Autónomas: Ganadores, 2017.

Fig. 11 Campeonato Autonómico de Acuatlón: Podium femenino, 2019.

Fig. 12 Cartel: Curso Entrenadores, 2020.

Fig. 13 Papelería: Carnet Licencia Federativa 2020.

Fig. 14 Competición: Trasera podium (photocall) y furgoneta, 2020.

Fig. 15 Equipaciones: Ropa de calle (polo) y tritraje (mono de competición), 2020.

Fig. 16 Logotipo Federación de Natación de la Comunitat Valenciana: Antiguo y actual.

Fig. 17 Logotipo Federación de Fútbol de la Comunitat Valenciana: Antiguo y actual.

Fig. 18 Logotipo: Comunitat de l'Esport.

Fig. 19 Logotipo: Revista Super Deporte.

Fig. 20 Logotipo Fundación Deportiva Municipal de Valencia: Antiguo y actual.

Fig. 21 Logotipo: Revista Super Deporte.

Fig. 22 Logotipo: Mediterrànea Triatlón, 2020.

Fig. 23 Logotipo Federación Española de Triatlón: Antiguo y actual.

Fig. 24 International Triathlon Union: Evolución de sus logotipos.

Fig. 25 Logotipos tres elementos: Varias federaciones y clubes.

Fig. 26 Logotipos representativos: Varias federaciones y clubes.

Fig. 27 Logotipos sin actualizar: Varias federaciones y clubes.

Fig. 28 Logotipos de marcas de natación: orca, Turbo, Speedo, arena.

Fig. 29 Logotipos de marcas de ciclismo: Factor, Shimano, Engobe, Sportful.

- Fig. 30** Logotipos de marcas de carrera y moda: nike, brooks, New Balance, On.
- Fig. 31** Logotipos de marcas conocidas: Vans, Apple.
- Fig. 32** Proceso de trabajo en la identidad visual corporativa: Correos.
- Fig. 33** Manual de identidad visual corporativa: Generalitat Valenciana.
- Fig. 34** Manual de identidad visual corporativa: Universidad de Castilla La Mancha.
- Fig. 35** Canal de Youtube: Marco Creativo.
- Fig. 36** Logotipo: Primeros bocetos a papel, evolución de símbolos a logomarca.
- Fig. 37** Logotipo: Continuación de bocetos a papel, sigue su evolución.
- Fig. 38** Primeras pruebas a digital del nuevo logotipo.
- Fig. 39** Definiendo el logotipo en digital: diferentes versiones, pruebas de perspectiva y transparencias.
- Fig. 40** Pruebas de aplicación del nuevo logotipo en vertical.
- Fig. 41** Pruebas del nuevo logotipo: vertical y horizontal.
- Fig. 42** Proceso de cambio del nuevo logotipo: formato horizontal.
- Fig. 43** Pruebas con el texto de apoyo: Logotipo final.
- Fig. 44** Combinación de logotipo y texto de apoyo escogido.
- Fig. 45** Logotipo final: logomarca más texto de apoyo.
- Fig. 46** Nuevo manual de normas gráficas básicas: Federació de Triatló Comunitat Valencana.
- Fig. 47** Aplicación papelería: sobre pequeño con ventana y tarjeta de visita.
- Fig. 48** Aplicaciones competición: *Mockup* funda de valla y dorsal.
- Fig. 49** Aplicaciones uniformes y equipaciones: Tritrajés de chico y chica.
- Fig. 50** Artes finales del proyecto: soporte físico que entregar al cliente.

12. ANEXO

Este último apartado está dedicado al Anexo que se adjunta con la memoria del proyecto. Ya que la lista de aplicaciones es bastante extensa, se ha considerado crear un anexo al texto del TFG para incluir toda la relación de aplicaciones que se han trabajado y escogido para presentar a la Federació de Triatló de la Comunitat Valenciana a fin de que acojan el rediseño de la identidad visual corporativa.