



Universidad de Chile
Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Escuela de Diseño Gráfico

Imagen y Difusión para la Olimpiada Chilena de Matemática

Proyecto de Título

Autor:
Ximena Serpell Carriquiry

Profesor Guía:
Eduardo Hamuy

Santiago, Chile
2004

TABLA DE CONTENIDOS

I. INTRODUCCIÓN	5
II. CONTEXTO GENERAL	7
1. Historia y Situación actual de la OCM	7
2. Olimpiadas Internacionales	11
2.1. Olimpiada Iberoamericana de Matemática	11
2.2. Olimpiada Matemática del Cono Sur	11
2.3. Olimpiada Internacional de Matemática	12
2.4. Olimpiada de Matemática de la Cuenca del Pacífico	12
2.5. Olimpiada de Matemática de Mayo	13
2.6. Olimpiada Rioplatense de Matemática	13
3. Ranking hasta la fecha de la Olimpiada Iberoamericana de Matemática.	14
3.1. Ranking de Oros (1985 - 2003)	15
3.2. Ranking de Platas	16
3.3. Ranking de Bronces	17
3.4. Ranking de países según puntuación	18
3.5. Conclusiones de Rankings	19
III. ANTECEDENTES	20
1. Antecedentes Referenciales	20
1.1. Signos de la técnica y la ciencia	20
1.2. Diseño y Estilo	21
1.3. Estilo Juvenil	22
2. Antecedentes Disciplinarios	23
2.1. Imagen de Marca	23
2.2. Principios Conceptuales	25
2.3. Signos comunitarios en la actualidad	26
2.4. Signos de la industria en la actualidad	27
IV. ETAPA ANALÍTICA	28
1. Análisis de folletos	28
1.1. Folleto del año 1990	28
1.2. Folletos de los años 1992 y 1998	31
2. Análisis de Afiches	38
2.1. Afiche de 1990	38
2.2. Afiche de 1991 y 1992	40
2.3. Afiche año 1995 para la O. Iberoamericana de Mat., realizada en Chile	42
2.4. Afiche del año 2003	43
2.5. Afiche del año 2004	45

3. Análisis de Sitio Web	46
4. Conclusiones de Análisis Tipológico	48
V. ETAPA PROYECTUAL	50
1. Presentación del Proyecto	50
1.1. Problema	50
1.2. Necesidad	50
1.3. Objetivos	50
1.4. Grupo Objetivo	51
1.5. Enfoque Teórico	51
2. Fundamentos del Proyecto, Aporte y Proyección	52
VI. PLANIFICACIÓN PROYECTUAL	56
1. Desarrollo Conceptual	56
1.1. Definición Etimológica	56
1.2. Definición Semiológica	58
VII. PRESENTACIÓN DE LAS PIEZAS GRÁFICAS	60
1. MARCA	60
1.1. Desarrollo de Alternativas	60
1.2. Presentación de Alternativa Final	64
1.3. Reducciones de Tamaño y cambios de Posición	65
1.4. Plano Semántico	66
1.5. Plano Sintáctico	67
1.5.1. Formato	67
1.5.2. Color	67
1.5.3. Tipografía	68
2. POSTALES	69
2.1. Presentación de Alternativas Finales	69
2.2. Plano Semántico	71
2.3. Plano Sintáctico	73
2.3.1. Formato	73
2.3.2. Diagramación	73
2.3.3. Color	74
2.3.4. Imágenes	74
2.3.5. Tipografía	74
3. AFICHE	75
3.1. Presentación de Alternativa Final	75
3.2. Plano Semántico	77
3.3. Plano Sintáctico	77
3.3.1. Formato	77

3.3.2. Diagramación	78
3.3.3. Color	78
3.3.4. Imágenes	79
3.3.5. Tipografía	79
4. FOLLETO	80
4.1. Presentación de Alternativa	80
4.2. Plano Semántico	86
4.3. Plano Sintáctico	86
4.3.1. Formato	86
4.3.2. Diagramación	87
4.3.3. Color	88
4.3.4. Imágenes	88
4.3.5. Tipografías	88
4.4. Referentes Tipográficos para las piezas gráficas	89
5. PÁGINA WEB	92
5.1. Presentación de la Alternativa Final	92
5.2. Plano Semántico	101
5.3. Plano Sintáctico	104
5.3.1. Formato	104
5.3.2. Diagramación	104
5.3.3. Color	105
5.3.4. Imágenes	105
5.3.5. Tipografías	106
5.4. Referentes del uso de la imagen y diagramación para el Sitio Web	107
6. LÁPICES	109
6.1. Presentación del objeto	109
7. POLERAS	110
VIII. EVALUACIÓN DE LAS PIEZAS GRÁFICAS	111
1. Evaluación hecha a joven que no conoce la actividad	111
2. Evaluación hecha a jóvenes que conocen la actividad	112
3. Conclusiones de la Evaluación	113
IX. COTIZACIÓN	114
X. CONCLUSIONES	118
XI BIBLIOGRAFÍA	120

I. INTRODUCCIÓN

El siguiente es un proyecto de Diseño de Estrategia Comunicacional para ayudar a surgir a las Olimpiadas de Matemática que se desarrollan año a año en nuestro país.

A continuación se disponen los problemas que conllevan a la necesidad de una estrategia con motivo de difundir la actividad y darle énfasis en cuanto a presencia en la memoria de la gente.

Por lo tanto, las razones que motivan la elección del tema son de carácter social, ya que se pretende dar fe de la influencia positiva que tiene el Diseño Gráfico como herramienta para mejorar la difusión, en este caso, de una competencia matemática, de modo que la cultura no sólo llegue a más personas, sino que sea planteada desde un punto de vista más moderno, y menos complejo, aumentando el interés de la gente por sentirse partícipes (sea directa o indirectamente) de los eventos sociales de su país.

Para el desarrollo de este proyecto se realizó anteriormente una investigación sobre el estado actual de la actividad en tanto su desempeño como en su mensaje, concluyendo en parte la falta de profesionalismo para su difusión, lo cual termina entorpeciendo la actividad en general.

Los contenidos objetuales de dicha actividad están clarificados en su misión:

- Incentivar en los jóvenes el desarrollo de sus potencialidades.
- La ampliación de sus horizontes científicos y culturales.
- Búsqueda y apoyo de jóvenes talentosos que puedan encauzar adecuadamente su gusto por la Matemática.

Pero la competencia Nacional no es todo. Existen diversas Olimpiadas Internacionales en las que Chile participa, de distintas maneras, lo cual transforma a la Olimpiada Chilena en una etapa más dentro del gran universo de las

competencias matemáticas, que funciona además como selector de los futuros participantes internacionales, siendo estos últimos los embajadores intelectuales de nuestro país en el extranjero, reflejo del estado actual de la enseñanza de la Matemática en nuestro país y del interés que ésta provoca en los jóvenes.

Una de las ideas planteadas para este proyecto es la de desmitificar la imagen de la Matemática como una pesada carga, llevándola a otros contextos más comunes, sobretodo resaltando el carácter juvenil dado por el público que participa de las Olimpiadas.

Los factores relevantes que participan como componentes de la actividad y que por lo tanto determinan posteriormente su resultado son el grado de interés de los posibles participantes, la distribución del tiempo para la preparación de éstos, la disponibilidad de recursos para la aplicación de la actividad, y el manejo de la información con respecto al tema.

En este último punto es donde el Diseño Gráfico entra a participar, de tal modo que el círculo quede completo, es decir, que a través del manejo comunicacional, se logren también ciertos objetivos indirectos como lo son la obtención de más y mejores auspicios.

A continuación, entonces, se dispone la información concreta y en detalle de los puntos relevantes de este proyecto.

II. CONTEXTO GENERAL.

1. Historia y situación actual de la Olimpiada Nacional de Matemática.

Las Olimpiadas de Matemática existen en Chile desde el año 1989, cuando fueron organizadas por la Sociedad de Matemática de Chile, estamento que reúne a un grupo de destacados matemáticos chilenos, interesados en la investigación y difusión de la matemática.

Fueron creadas con el propósito de dar un espacio a aquellos jóvenes y docentes que tienen especial sensibilidad por la matemática. Los motivaba (a los creadores) el hecho de tener un espacio permanente para detectar habilidades y talentos entre estos jóvenes para así potenciarlos y ayudarlos a potenciar esta ciencia. También entre sus motivaciones se encontraba la popularización de la matemática en la población escolar.

Las Olimpiadas Nacionales de Matemática se han realizado año a año ininterrumpidamente desde ese año hasta la fecha, con un importante número de participantes, de 3000 alumnos aproximadamente y se invitan a participar a la actividad a 1500 establecimientos educacionales no universitarios de todas partes del país.

La Olimpiada consiste en una prueba escrita que pretende medir las habilidades especiales de los participantes para la aplicación de la matemática, con el fin de premiar y descubrir los jóvenes talentos y encausarlos en el camino del estudio de la matemática.

La Olimpiada se desarrolla en tres etapas. En la primera cada establecimiento selecciona bajo su propio criterio a los alumnos que participarán posteriormente en la Prueba de Selección Nacional, de la cuál se seleccionará a los 120 mejores resultados para participar en la Final Nacional.

De los alumnos ganadores de la Olimpiada Chilena de Matemática se forman

grupos de jóvenes para representar a Chile en las distintas Olimpiadas Internacionales.

Para el desarrollo de la Olimpiada Chilena de Matemática se cuenta actualmente con el auspicio del MINEDUC y la Fundación Andes.

Los objetivos de la Olimpiada Nacional de Matemática son los siguientes:

- Incentivar en los jóvenes el desarrollo de sus potencialidades.
- La ampliación de sus horizontes científicos y culturales.
- Búsqueda y apoyo de jóvenes talentosos que puedan encauzar adecuadamente su gusto por la Matemática.

La acción de este evento ha sido tan efectiva para la sociedad chilena, que sin lugar a dudas se ha convertido en un éxito en cuanto a cubrir las motivaciones de su creación. En todos estos años muchas cosas han sucedido en torno a esta actividad, y por lo tanto, es importante aportar desde el Diseño Gráfico de tal manera que siga en funcionamiento como parte relevante de nuestra cultura.

Este proyecto ha sido desarrollado para tratar de demostrar que en actividades culturales nuestro país necesita el impulso mediático profesional para lograr el reconocimiento en las personas como un hito en la historia social y cultural de un país, y a su vez, el auge de la actividad misma.

Lamentablemente, y luego de tiempos mejores, la situación actual de esta competencia es algo precaria y delicada. No existe, por ejemplo, una marca que la defina, la distinga y la soporte. Además, ha habido una baja en los resultados obtenidos en olimpiadas internacionales en los últimos años (desde el 2000 al 2003), específicamente en la Olimpiada Iberoamericana, que es la competencia internacional más importante para nuestro país en el rubro por supuesto de la Matemática.

La participación de Chile en esta Olimpiada es también una forma de representar y reflejar el estado de la enseñanza de la matemática y el nivel de aprendizaje y desempeño de la rama en Chile, en comparación con los demás países Iberoamericanos.

Últimamente, hasta hace un año, había disminuido el interés por parte de los posibles auspiciadores, lo cuál influyó negativamente en el correcto desenlace de la actividad. Cabe mencionar que el proceso de gestión para conseguir auspicio actualmente, es a través de cartas directas, en las cuáles se presentan ciertos antecedentes de la actividad, un poco de la historia del evento, la importancia, se mencionan los posibles participantes en términos numéricos, datos sobre fechas y formas posibles de promoción en medios de comunicación y necesidades.

Los sistemas de promoción consisten en llamar a los periodistas para las etapas importantes de la Olimpiada, se intentan hacer conferencias de prensa, apariciones en la radio, y en casos especiales, avisos en los diarios.

La baja en los auspicios y promociones de la actividad, se debe, según Samuel Navarro encargado de la organización de la Olimpiada, a una “falta de iniciativa, falta de tiempo, en el fondo, por la falta de profesionalismo...”. Sobretudo se refiere a la falta de tiempo, ya que son pocos los interesados en sacar adelante la actividad, y todos ellos tienen además que cumplir con otros trabajos.

Sin embargo, tienen conciencia de la existencia de muchos auspiciadores potenciales, a los cuáles quieren recurrir, pero con más tiempo y dedicación. Se supone que una imagen Olímpica bien asentada les sería de mucha ayuda en esta parte del proceso.

Según Samuel Navarro, “...cuando hemos tomado la iniciativa y nos hemos movido, hemos conseguido (auspicio). Por ejemplo, ahora lo hicimos con El Mercurio... Televisión hemos conseguido pero, si bien muchas veces la televisión ha filmado cosas, finalmente terminan no publicándolas. No parece un tema que les apremie llegar.”

Este año, los organizadores de la Olimpiada Nacional de Matemática decidieron comenzar a dar un vuelco a esta situación, dedicándole más tiempo y ganas a la preparación del grupo de jóvenes representantes de Chile en la Olimpiada Iberoamericana 2004 realizada hace poco en Castellón, España.

El esfuerzo dio frutos y Chile obtuvo dos medallas de oro y dos de plata, lo cuál inyecta una buena cuota de optimismo necesario para seguir adelante y de esforzarse lo que sea necesario con tal de demostrar lo capaces que somos como país de crecer en el ámbito educacional.

Según lo investigado previamente en la IBM, existe dentro del universo de factores que posiblemente influyen en los resultados obtenidos por cada país en las Olimpiadas Internacionales (Iberoamericana específicamente) una relación directamente proporcional entre los recursos usados en promoción y los resultados obtenidos en la competencia.

A partir de esto, es posible hacerse una idea de lo que cada país estaría dispuesto a invertir en el aspecto mediático, ya que para el buen funcionamiento de una actividad cultural de esta índole también es necesario un aporte monetario suficiente para su difusión.

Es importante por una parte estar concientes de lo que significa en el sentido monetario el proceso de difusión de la Olimpiada, aunque de todos modos, se ha hecho bajo un sentido “económico” justamente porque es una actividad que no cuenta con grandes auspiciadores. A través del desarrollo de una marca para la actividad, por ende, se pretende también presentar la actividad ante las empresas como seria y profesional.

A partir de esta concepción se ha evaluado la forma de difundir la Olimpiada a nivel nacional, tomando en cuenta que se trata de una actividad que cuenta con escasos recursos en la actualidad (se espera que las cosas vayan cambiando a medida que Chile comience a destacar ante sus competidores nuevamente, lo cuál ya ha empezado a ocurrir luego de la última Olimpiada Iberoamericana), situación que también se intentará revertir por medio del desarrollo, en primera

instancia, de una marca que la respalde.

2. Olimpiadas Internacionales.

Para comprender un poco más acerca de la importancia de la competencia matemática en el extranjero se entrega a continuación un breve resumen de las características de algunas Olimpiadas Internacionales en las cuales Chile tiene participación.

2.1. Olimpiada Iberoamericana de Matemática.

Competencia regional de matemática en la cual pueden participar todos los países que hablen español y portugués en Sudamérica y América Central, además de México, España y Portugal. Es la Olimpiada regional que congrega a más países, después de la Olimpiada Internacional, con 22 países participantes en total en la actualidad.

Se realizó por primera vez a fines del año 1985, en Colombia. La entidad encargada de su realización es la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), con sede en España, quien coordina los detalles de cada evento con el país anfitrión. La Olimpiada Iberoamericana rápidamente se ha constituido en la mayoría de los países como un estímulo para el conocimiento de la matemática entre alumnos de instrucción secundaria, y ha originado que muchos de estos países hayan implantado la Olimpiada Nacional de Matemática, en la cual se le premia a los ganadores, entre otras cosas, con el derecho a representar a su país en la Olimpiada Iberoamericana de Matemática.

2.2. Olimpiada Matemática del Cono Sur.

La Olimpiada Matemática del Cono Sur surgió en el año 1990 como un intento de mejorar la preparación de los alumnos menores de 16 años con miras a su

participación en Olimpiadas de mayor nivel como son las Olimpiadas Internacional e Iberoamericana.

Esta Olimpiada es convocada por la Federación Iberoamericana de Competiciones Matemáticas y el Centro Latinoamericano de Matemática e Informática (CLAMI). Es organizada por el país sede que lo designa LA federación Iberoamericana de Competiciones Matemáticas.

2.3. Olimpiada Internacional de Matemática.

La Olimpiada Internacional de Matemática (IMO) es una competencia de Matemáticas para los mejores y más brillantes estudiantes de Educación Secundaria de todos los países del mundo. Se lleva a cabo anualmente en un diferente país, frecuentemente en el mes de Julio.

La primera IMO fue realizada en 1959 en Rumania con siete países participantes y luego se expandió gradualmente por 80 países de los cinco continentes. Es convocada por la Federación Mundial de Competiciones Matemáticas y la organiza el país designado por dicha federación.

2.4. Olimpiada de Matemática de la Cuenca del Pacífico.

En 1988 Australia fue el país anfitrión de la XXIX Olimpiada Internacional de Matemáticas. Durante el Concurso Internacional se logró cristalizar una propuesta del país sede para realizar un concurso regional por correspondencia, que desde su nacimiento en 1989 es conocido como la Olimpiada de Matemáticas de la Cuenca del Pacífico. El concurso se lleva a cabo usualmente en marzo.

La premiación se lleva a cabo comparando cada calificación individual con medidas estadísticas que consideran la media y la desviación estándar de la calificación de todos los participantes. Su particularidad entonces es que cada país puede tener a lo más una medalla de oro. Se entregan medallas de honor

de acuerdo a criterios establecidos cada año. El Comité Organizador Local califica el examen. Tanto la distribución de premios como la equidad de la calificación son responsabilidad del país sede.

2.5. Olimpiada de Matemática de Mayo.

Es un concurso dividido en dos niveles: para alumnos de menos de 13 años y de menos de 15 años, el cuál fue organizado por la Federación Iberoamericana de Competiciones de Matemática, con el objetivo de fomentar el estudio de la matemática en alumnos muy jóvenes.

Este concurso no podía ser costoso, ya que los recursos de los países iberoamericanos son, en general, escasos. Por lo tanto, se planeó un concurso por correspondencia y se tomó como modelo inicial la Olimpiada de Matemática de la Cuenca del Pacífico, que dentro de los concursos a larga distancia era el prototipo a seguir. Así, en el año 1995 en el mes de Mayo, se llevó a cabo la I Olimpiada de Mayo.

2.6. Olimpiada Rioplatense de Matemática.

La Olimpiada Rioplatense es un concurso que se realiza anualmente, durante la segunda semana del mes de diciembre, en alguna entidad del Río de la Plata.

Es convocada por la Federación Iberoamericana de Competiciones Matemáticas y el Centro Latinoamericano de Matemática e Informática (CLAMI). La organizan la Olimpiada de Matemática Argentina y Com-Partida de Matemática del Uruguay.

Se invita a participar a todos los países Iberoamericanos en los que se realicen Olimpiadas Nacionales por instancias y niveles. Los estudiantes que intervienen son los que ocupan los tres primeros lugares en su Olimpiada Nacional en cada uno de los niveles correspondientes a secundaria.

3. Ranking actual de la Olimpiada Iberoamericana de Matemática.

Se ha escogido analizar la Olimpiada Iberoamericana de Matemática (la de mayor relevancia para Chile) para hacerse una idea de la relación que existe entre el lugar que ocupan los países en su medallero con la difusión de la actividad a nivel nacional, es decir, de la Olimpiada Nacional, previa a la selección de los equipos para participar en el extranjero por parte de cada país.

Lamentablemente es muy difícil dar con los datos del gasto destinado a la difusión de la actividad en cada país (o al menos los más importantes) de los que participan en la Olimpiada Iberoamericana, por lo que se ha considerado un estudio del gasto público en educación, bajo el supuesto que pueda haber un paralelo entre la disposición en esa materia y los esfuerzos por mantener vigente la actividad a través del trabajo de profesionales en materia comunicacional.

Se ha concluido en la IBM que no se podría asegurar categóricamente que la razón por la cual a los países les va bien en las Olimpiadas Internacionales de Matemática sea la inversión que se hace en lo que respecta a gasto en Educación, pero no se puede negar tampoco que sí existe una relación, que seguramente se ve afectada por una serie de otros factores (como la población total del país, por ejemplo, o la distribución de ese gasto en educación), y que uno de ellos bien podría ser el uso del Diseño Gráfico en su difusión.

Un ejemplo de estas afirmaciones es Brasil. Es el país que presenta un mayor despliegue comunicacional respecto de la actividad, lo cuál se puede apreciar visitando el sitio Web, y resulta ser además el país campeón de las Olimpiadas Iberoamericanas. Esto demuestra que el resultado en los medalleros internacionales depende, entre otras cosas, de la difusión acertada del evento (de las Olimpiadas de Matemática que atañen a cada país), con lo cual se capta la atención de los jóvenes incentivándolos a involucrarse aún más con la Olimpiada, ya que se demuestra que se trata de una actividad seria e importante para el país entero. Los resultados parecen depender de qué tan en serio se toma la actividad en todo sentido (difusión, tiempo, esfuerzo profesional, apoyo monetario, patrocinio, etc).

3.1. Ranking de Oros (1985 – 2003):

- 1° Brasil: 27 medallas.
- 2° Argentina: 15 medallas.
- 3° Colombia: 8 medallas.
- 4° Cuba: 9 medallas.
- 5° Chile: 8 medallas.
- 5° México: 8 medallas.
- 6° España: 7 medallas.
- 7° Perú: 4 medallas.
- 8° Uruguay: 3 medallas.
- 9° Venezuela: 1 medalla.
- 9° Bolivia: 1 medalla.

Países sin medallas de oro:

- Panamá
- Portugal
- Pto. Rico
- Ecuador
- Rep. Dominicana
- Costa Rica
- El salvador
- Guatemala
- Nicaragua
- Honduras
- Guinea Ecuatoriana
- Paraguay

3.2. Ranking de Platas.

- 1° España: 25 medallas.
- 2° Argentina: 24 medallas.
- 3° Perú: 23 medallas.
- 4° Brasil: 20 medallas.
- 4° México: 20 medallas.
- 5° Cuba: 18 medallas.
- 6° Uruguay: 12 medallas.
- 7° Chile: 11 medallas.
- 7° Colombia: 11 medallas.
- 8° Venezuela: 4 medallas.
- 9° Rep. Dominicana: 2 medallas.
- 9° Costa Rica: 2 medallas.
- 10° Bolivia: 1 medalla.
- 10° Portugal: 1 medalla.

Países sin medallas de Plata:

- Panamá
- Pto. Rico
- Ecuador
- El salvador
- Guatemala
- Nicaragua
- Honduras
- Guinea Ecuatoriana
- Paraguay

3.3. Ranking de Bronces.

- 1° Colombia: 34 medallas.
- 2° España: 24 medallas.
- 3° Cuba: 22 medallas.
- 4° Perú: 21 medallas.
- 5° Venezuela: 19 medallas.
- 5° Uruguay: 19 medallas.
- 6° México: 17 medallas.
- 7° Costa Rica: 16 medallas.
- 8° Chile: 15 medallas.
- 9° Portugal: 11 medallas.
- 10° Argentina: 10 medallas.
- 11° Brasil: 9 medallas.
- 12° Rep. Dominicana: 8 medallas.
- 13° Puerto Rico: 6 medallas.
- 14° Bolivia: 4 medallas.
- 14° Ecuador: 4 medallas.
- 14° Guatemala: 4 medallas.
- 15° El salvador: 3 medallas.
- 16° Panamá: 1 medalla.
- 16° Nicaragua: 1 medalla.
- 16° Paraguay: 1 medalla.

Países sin medallas de Bronce:

- Honduras
- Guinea Ecuatoriana

3.4. Ranking de países según puntuación.

Se mostrará a continuación un ranking de los países participantes en la Olimpiada Iberoamericana de Matemática, según una puntuación estimativa asignada especialmente para este proyecto. Medallas de oro, 6 puntos; medallas de plata, 3 puntos; medallas de bronce, 1 punto.

Según esa apreciación el ranking quedó de la siguiente manera:

- 1° Brasil: 231 puntos.
- 2° Argentina: 172 puntos.
- 3° España: 141 puntos.
- 4° Colombia: 133 puntos.
- 5° Cuba: 130 puntos.
- 6° México: 125 puntos.
- 7° Perú: 114 puntos.
- 8° Chile: 96 puntos.
- 9° Uruguay: 73 puntos.
- 10° Venezuela: 37 puntos.
- 11° Costa Rica: 22 puntos.
- 12° Portugal: 14 puntos.
- 13° Bolivia: 13 puntos.
- 14° Puerto Rico: 6 puntos.
- 15° Ecuador y Guatemala: 4 puntos.
- 16° El Salvador: 3 puntos.
- 17° Panamá, Nicaragua y Paraguay: 1 punto.

Países sin puntuación:

- Honduras
- Guinea Ecuatoriana

3.5. Conclusiones de Rankings.

Se puede concluir por el momento que existen ciertos alcances coincidentes entre ambas rankings (el de oros y el de puntos). Brasil se mantiene en el primer lugar de ambos, ya sea por puntuación y por oros. Chile se encuentra en las dos formas como el país de la media, es decir, ocupa el 5° lugar en oros, de nueve países con oros en total y el octavo en puntuación de un total de 17, lo cuál es un poco mejor, ya que compite con países que apenas han obtenido una medalla de bronce en toda la historia de las Olimpiadas.

España es un país que se destaca más por la obtención de medallas de plata, por lo que podría decirse que el nivel de todos sus participantes es más o menos parejo, a diferencia de ciertos países como Bolivia donde los ganadores de medallas son casi un caso de talento extraordinario.

Esta diferencia entre casos como los de España y Bolivia entonces se produce por la presencia o no de la preparación adecuada de los participantes y por ende, la relevancia mediática que se le da a la actividad a nivel nacional. Queda demostrado, ya que en España, además de Olimpiadas de Matemática, existen Simposios, Congresos, etc., es decir, está claro que el Gobierno invierte en actividades del rubro, lo que se puede dar el lujo de hacer porque son poseedores de una economía estable y están dentro del grupo de países desarrollados.

Según Samuel Navarro, “Hay países que tienen gente que trabaja profesionalmente para las Olimpiadas, como es el caso de México, Argentina, Brasil y España. Ellos tienen grupos que se dedican a esto, que tienen financiamiento, es decir, viven de eso. Son funcionarios...”. Justamente, son los países destacados de estos rankings. Entonces, está claro que el “recurso” educativo está en el general de los países, pero lo que hay que explotar, es el trabajo profesional para el buen funcionamiento de la actividad.

III. ANTECEDENTES.

1.- Antecedentes Referenciales.

1.1. Signos de la Técnica y la Ciencia.

Brevemente cabe señalar que el uso de los signos en tecnología ha permitido una representación esquemática de las ideas, lo cual es de suma importancia ante algo que a través de meras palabras es difícil de explicar.

Esto representa una de las características más importantes de resaltar a la hora de crear una marca que represente, entre otras cosas, la idea de la Matemática, ya que se utiliza ese modo esquemático de representación, tan propio del mundo de las ciencias.

El hombre creativo se vio obligado a ampliar los límites de la fijación lingüística mediante nuevos ordenamientos alfabéticos y hallar así signos autónomos que pudieran dar expresión a fórmulas, interrelaciones o procesos interdependientes.

En el campo de las ciencias, señalado por el elevado nivel de abstracción, la escritura abreviada en forma signica es mucho más extendida que el de la técnica. La idea, por ejemplo, de un matemático que sin signos y fórmulas se atreviera a proceder con su labor mental sin más ayuda que el conjunto alfanumérico es totalmente inimaginable.

Partiendo de una dotación básica de signos elementales el investigador se ve forzado a crear a diario nuevos signos y esquemas que le permitan formular de manera objetiva hechos, materiales, relaciones, etc. de nuevo hallazgo.

1.2. Diseño y Estilo.

La efectividad en la entrega de un mensaje visual a través del diseño gráfico depende de la buena elección de sus elementos y sus combinaciones. Para comunicar bien, el diseñador debe tener a su disposición una amplia gama de estilos visuales.

No hay reglas sencillas para la creación de estilos. Por lo general, el diseñador sigue orientaciones establecidas al combinar elementos como colores, tonos, tipos, ilustraciones y fotografías.

Para dar a cada mensaje un estilo distintivo y que a la vez funcione, es necesario escoger los elementos adecuados. Éstos han sido desarrollados durante siglos por artistas y diseñadores.

Sin embargo, para el diseñador gráfico las especificaciones de diseño son todavía más importantes que los elementos individuales, ya que las mismas dictan el uso que se hace de ellos. Las especificaciones normalmente proceden del cliente que a menudo solicita los servicios de investigadores de mercado para que le ayuden a determinar el público objetivo al que va dirigido el diseño, y el estilo que tiene más posibilidades de atraer su atención.

Según Alan Swann, el estilo en diseño gráfico es el efecto global del trabajo, dado por la combinación, elección, distribución, etc. de los elementos del mensaje, y aunque existen categorías en el estilo, de ninguna manera son estáticas e inflexibles.

El diseñador de estilos, por tanto, debe colocarse un paso por delante del público, ya que este tipo de diseño puede convertirse rápidamente en aburrido o carente de atractivo.

Para crear diseños efectivos el diseñador debe absorber toda una riqueza de información visual que alimente su imaginación. La creación del estilo en el diseño gráfico se basa en elementos de amplio alcance visual.

Para la combinación de elementos es importante entender la naturaleza exacta y los mensajes visuales de los elementos contenidos en el diseño. El equilibrio entre los elementos de un diseño es de primordial importancia para lograr un estilo. Además, es necesario intentar varias opciones de disposición de los elementos antes de tomar una decisión final.

Por otra parte, gran parte del éxito de un estilo de diseño en llegar a su mercado depende de lo bien que el diseñador ha sintonizado con el público.

Si se hace una clasificación de trabajos según sus imágenes de mercado, encontramos que existe una buena cantidad de variaciones, ya que la clase de persona a quién va dirigido el producto determina el estilo.

1.3. Estilo Juvenil.

El mercado de los jóvenes entre los 15 a 18 años de edad presenta diferentes problemas de estilo, ya que los gustos a esta edad son muy variados. Sin embargo, la mayoría de los jóvenes aspiran a los valores de un grupo de edad que está justamente por encima suyo.

La cultura pop, tal como aparece en la televisión y el video, proporciona la mayor parte del estilo con que se relacionan los jóvenes. Pero, hacia los quince años, el joven tiene un deseo auto consciente de ser visto como un individuo, sin dejar de ser identificable con el grupo.

2.- Antecedentes Disciplinarios.

Para el desarrollo de este proyecto se considera básico definir algunos conceptos insertos en el marco definido bajo la concepción teórica del diseño gráfico en relación a los factores que influyen en esta estrategia comunicacional.

2.1. Imagen de marca.

Las marcas como signos de identidad existen desde la existencia del ser humano. Obedecen a una necesidad de diferenciación provocada por destacar ante los similares y ha evolucionado en incorporar características de cómo deseamos “ser vistos” o reconocidos, y qué valores queremos reflejar en los demás.

Según Joan Costa, una de las funciones de marca es su capacidad asociativa, la cual abarca la marca como representación o como figura icónica (como signo). Dentro de estas formas asociativas se enumeran las siguientes:

Asociación de “analogía”: es la más básica de todas y ocurre cuando la marca se parece al modelo.

Asociación de “alegoría”: donde se disponen elementos presentes en la vida real, pero re combinados de forma insólita.

Asociación “lógica”: que es cuando el objeto es representado a través de símbolos creados a partir de una idea asociada directamente con la función del modelo.

Elemento emblemático: elemento que transfiere a la marca significados ya institucionalizados. Es decir, cuando una figura ha sido adoptada convencionalmente a través del tiempo, como por ejemplo, la rama de olivo con la paz.

Símbolo: es la relación que existe entre una figura altamente ritualizada y una

idea, como lo es por ejemplo la cruz símbolo del cristianismo.

Asociación convencionalizada: es cuando no existe una equivalencia entre la marca y lo que representa, se produce entonces una asociación forzada.

Además de la vertiente icónica existe la vertiente lingüística, definiéndose así el concepto de logotipo, siendo éste la grafía particular que toma la escritura del nombre de marca. La gracia está en que el tratamiento gráfico transforma la escritura del nombre de una cosa en un signo “visible”. En algunos casos ocurre que el logotipo pasa a ser la marca por sí solo, es decir, carece de imágenes que lo respalden y el nombre conforma la estructura de marca, ya que ha sido escrito de forma especial, definiendo diferencias con una escritura básica por medio, por ejemplo, del uso de la forma particular y el color.

Es lo que ocurre en el caso de la Olimpiada Chilena de Matemática, en donde se optó por la simpleza de marca, dejando que las iniciales del nombre actuaran como imagen de marca.

Otra parte importante para el desarrollo de las marcas es el la difusión de ésta en diversidad. Esta operación ejerce simbióticamente dos funciones: el refuerzo de la asociación y la notoriedad de marca, ya que la mente asocia no sólo lo parecido entre sí, sino también lo que aparece constantemente junto, lo cual se conoce como “noción de contigüidad”.

La marca como significante nos lleva a lo que ella significa funcional y psicológicamente. Es decir, la marca no sólo representa una sola cosa como lo es el mismo producto en su función, sino que, a través del tiempo y la experiencia de cada usuario va adquiriendo diferentes valores. Es lo que se pretende en el caso de este proyecto, donde la marca se refiere a un concepto abstracto como es la Matemática. Podría tomarse un elemento del todo del significante, como por ejemplo el concepto de Olímpico que se representa a través de un elemento emblemático como es la antorcha, pero entonces se estaría encasillando en un solo aspecto que no corresponde a lo más importante del mensaje que se quiere comunicar a través de la marca. Luego se explica con mayor detalle y se fundamenta el por qué de la alternativa final y los conceptos que se usaron.

Otro factor importante de asociación entre la marca icónica y la cosa representada es la capacidad de ser nombrada con una palabra del lenguaje corriente. Es decir, la forma de asociación debe ser espontánea y clara.

2.2. Principios conceptuales.

Los principios conceptuales para el desarrollo de programas de identidad son cuatro:

1.- El principio Simbólico: constituye el universo de los signos y símbolos.

Cuando los signos de identidad incorporan recursos por ejemplo de color, se acentúan aspectos diversos del mensaje, ya sean de realidad, emblemáticos, de fuerza simbólica o cualidad signica.

2.- El Principio Estructural: donde cada uno de los signos deberán funcionar en el “todo” organizado de la identidad. Es decir, se refiere en particular a las posibles estructuras de marca.

3.- El Principio Sinérgico: donde se define la “línea gráfica” a seguir para responder a una coherencia formal de conjunto de los diversos elementos que constituyen toda la imagen de una empresa.

4.- El Principio de Universalidad: responde a la necesidad de crear una marca que obedezca a ciertos patrones muy importantes como lo son la temporalidad, el espacio, y la psicología.

Bajo estos principios básicos se definen algunos aspectos que participan en el desglose de los conceptos definidos posteriormente para le proyecto Olimpiadas Chilenas de Matemática y en el desarrollo formal de la marca.

2.3. Signos comunitarios en la actualidad.

Los movimientos políticos y religiosos se sustentan sobre el supuesto de que el hombre actual, y sobretodo el del mañana, en virtud de la creciente extensión de los medios de comunicación, perderá su tendencia a la formación de clanes, al tiempo que como idea futuro apuntará más bien a una comunidad de “ciudadanos del mundo”. La ONU es el ejemplo más representativo de este movimiento.

Frente a lo expuesto la realidad es que la impotencia de la ONU es manifiesta: la división entre los diferentes grupos del mundo parece hoy más profunda que nunca. Los colores de las banderas nacionales que ondean delante del edificio de las Naciones Unidas no se reúnen en un estandarte mundial común, sino que cada país defiende su personalidad para conservar sus propios colores locales.

Las enseñas nacionales constituyen hoy la sustancia principal de la Heráldica moderna, pero la composición de estos escudos se ha simplificado al máximo, ya que su estructura se ha convertido en un conjunto de colores separados por divisorias rectas.

Cabe destacar que no es afán de la marca para la OCM destacar los emblemas patrios, aunque bien podría haberse desarrollado desde esa perspectiva, tratándose de una actividad que sale al extranjero en las Olimpiadas Internacionales y que de una forma u otra representa al país entero. Pero en este caso se ha optado por otra cualidad, la de global, ya que se destaca el carácter universal de la Matemática y la situación actual de la juventud “conectada” al mundo a través de nuevos sistemas de comunicación propuestos por Internet.

Sin embargo, la gran variedad de colores y blasones nacionales componen en última instancia la imagen global del mundo, y sería absurdo no considerarla y fomentarla como riqueza humana. La división de los pueblos en grupos ideológicos no corresponde a las fronteras entre las naciones, sino a la tradición de fuerzas políticas, religiosas o étnicas. Algunos de los signos más destacados de este tipo son la cruz del cristianismo, el gallo de los protestantes, la luna menguante del Islam o la estrella de seis puntas del judaísmo.

Como signos comunitarios universales, dentro y fuera de los pueblos, se destacan el símbolo del comunismo, el de la cruz roja, el de la paz (antinuclear) y el de las Olimpiadas deportivas.

Por último, la imagen de marca desarrollada para las Olimpiadas Nacionales de Matemáticas, no pretende ser o transformarse en emblema o símbolo de algo en particular, sino más bien representar de forma indirecta (se trata de una asociación convencionalizada) una serie de cualidades como comunidad intelectual y apertura mental.

2.4. Signos de la Industria en la actualidad.

Actualmente, la oferta y la demanda de bienes de consumo se agolpan de tal manera en nuestro campo de visión que sólo es posible proveerlos de signos abreviados si se quiere que les quepa la posibilidad de que aun fugazmente aparecidos sean reconocidos y ocupen en la memoria del consumidor un lugar seguro.

En la pugna competitiva siempre creciente de la Economía lo visualmente anónimo está fatalmente condenado. El usuario ya no se fía del producto que carece de nombre ni del servicio sin personalidad conocida.

Desde el punto de vista de los “productos” que no son materiales, sino que se tratan de instancias de participación por parte del usuario, como es el caso de las Olimpiadas de Matemática, es necesario de todos modos darle un nombre y marca para provocar identificación en los usuarios. De esta manera, la actividad además adquiere un prestigio ante otras competencias.

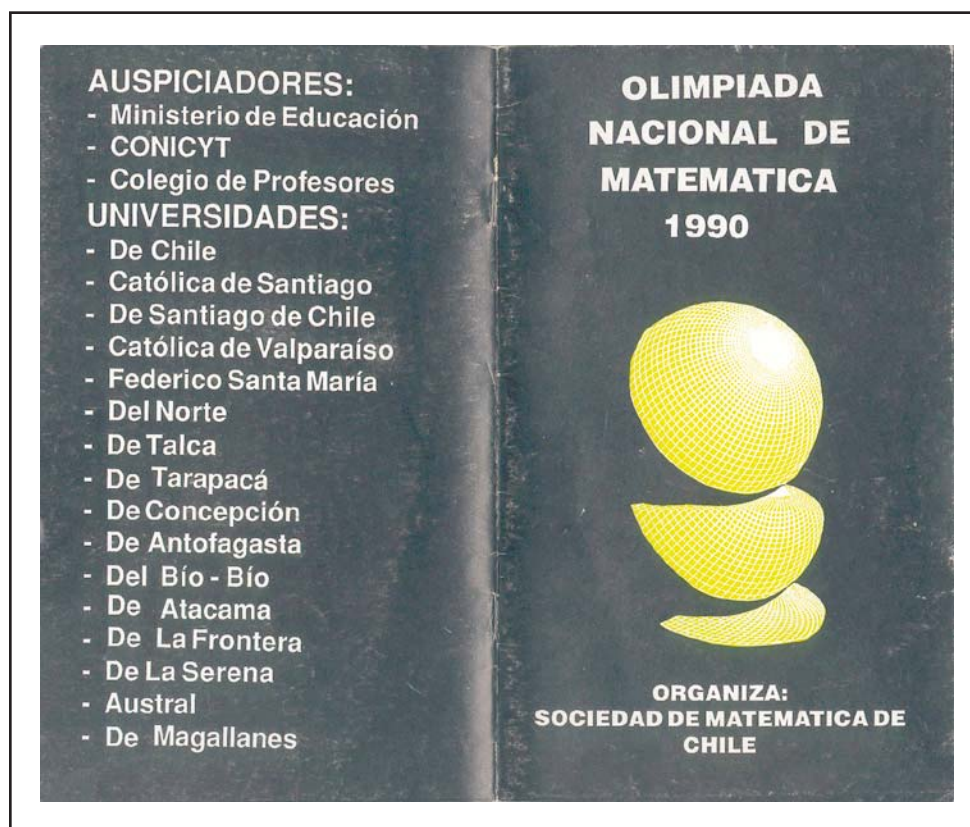
IV. ETAPA ANALÍTICA.

La revisión tipológica para este proyecto se puede definir desde la base de las imágenes y mensajes utilizados actualmente por nuestro país para difundir la Olimpiada Nacional de Matemática. En nuestro país no existe una sola imagen que identifique la actividad. El título de la actividad es “Olimpiada Nacional de Matemática”, diferenciándose anualmente por el número de la actividad o el año propiamente tal.

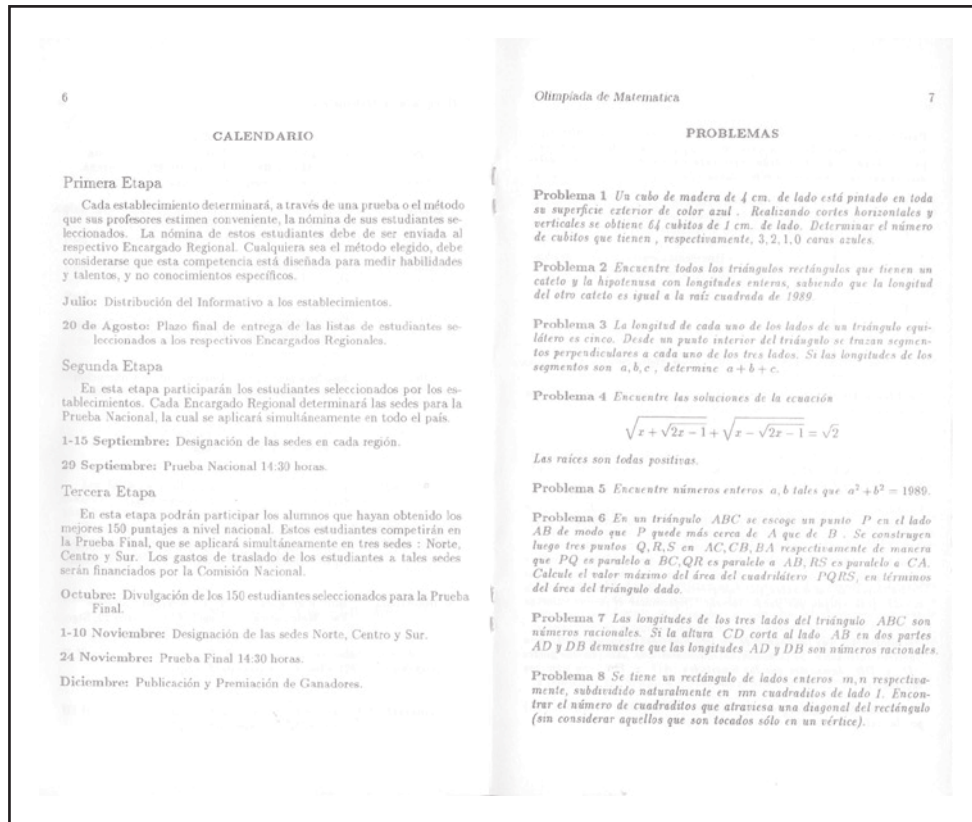
1. Análisis de folletos.

1.1. Folleto del año 1990. Segundo año en que se realiza la Olimpiada Nacional de Matemática en nuestro país.

Tapas



Interior



a) Tipografía: La tipografía utilizada para el interior de este folleto se denomina Computer Moder Roman, y está íntegramente hecha en base a ecuaciones matemáticas. Fue creada por Donald Knuth, profesor de Ciencia en Computación en la Universidad de Stanford, en el año 1970, para ser instalada en un programa creado por él mismo (METAFONT) que le permitiese programar documentos de texto en un ordenador y para uso científico. La idea surgió debido a la necesidad de desarrollar un texto íntegramente en y para computador de modo que Donald Knuth pudiese publicar un libro. Así nació el primer programa capaz de producir un libro en computador. Luego, este programa fue tomado por otro que se llama "LaTeX", que existe en la actualidad y se usa para el desarrollo de textos que contienen simbología matemática.

La razón entonces de por qué se utilizó esta tipografía en la producción de los

folletos es muy simple. Los realizadores de estas piezas son los mismos profesores y matemáticos encargados de la organización de las Olimpiadas, por lo tanto, tienen la costumbre de producir objetos de texto en este programa llamado LaTeX. Actualmente no se justifica hacer los folletos en este programa, ya que no incluyen ejercicios.

El tamaño de la tipografía al interior es de 10 puntos. Y en los anunciados de los problemas se presenta en modo cursiva.

Presentación de la Tipografía Computer Modern:

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

La tipografía usada para las tapas del folleto son la Arial y Arial Black.

b) Imágenes: En la portada del folleto se presenta una imagen que es de partes de una esfera, con el dibujo de su estructura, que al parecer se va aplanando y que corresponde a un típico dibujo de un problema matemático (geométrico más bien).

c) Color: Las tapas están en fondo negro y la información escrita en blanco. La imagen, en cambio se presenta en un tono verde y su estructura geométrica (las líneas que la definen) está en color blanco.

Al interior, las hojas son blancas y la información se presenta en textos negros. No hay presencia de color.

d) Diagramación: En la portada está todo centrado. En la parte superior el título en mayúsculas, “OLIMPIADA NACIONAL DE MATEMÁTICA 1990”, luego al centro, la imagen. Abajo información del organizador (sólo texto).

En la contraportada, texto justificado a la izquierda, formando un listado de

los auspiciadores.

La diagramación del interior es más bien simple o clásica. El texto se encuentra justificado a ambos lados. El interlineado es sencillo.

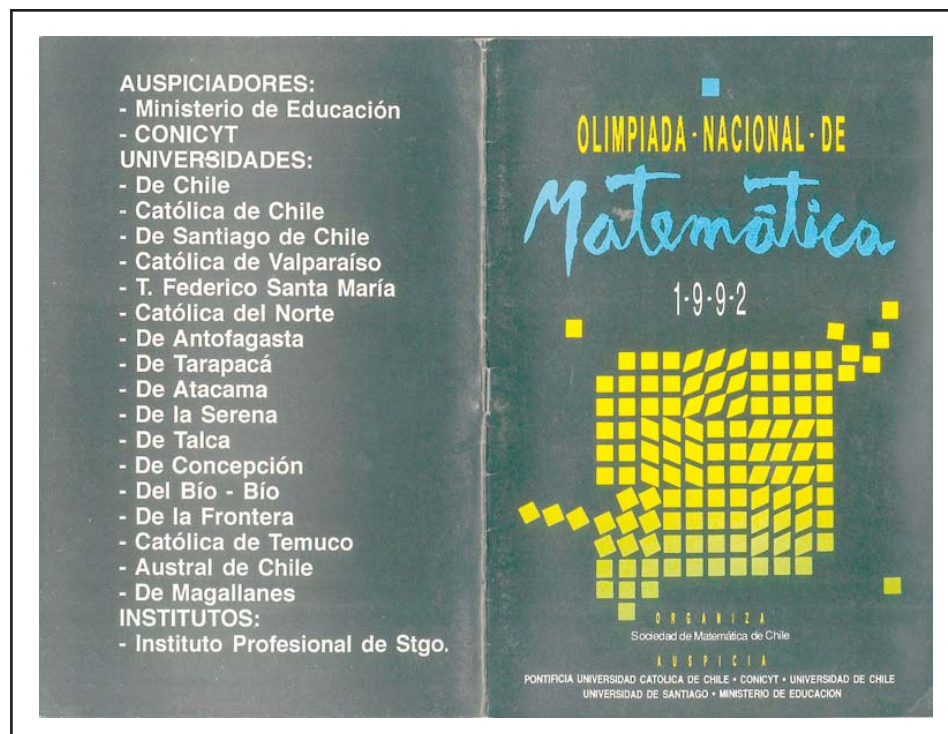
e) Estructura: El folleto mide 21 x 25.5 extendido (vertical). Contiene cuatro cuartillas en papel bond y tiene dos corchetes en el lomo.

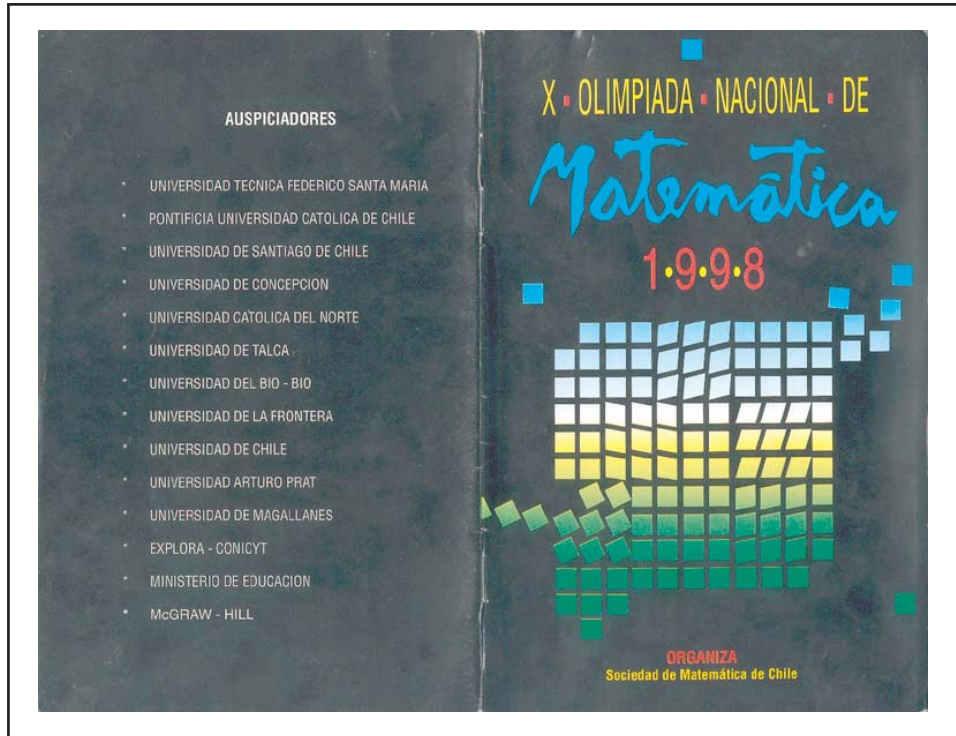
f) Contenido: En las tapas el título, año, organizadores, patrocinio, auspiciadores.

En el interior, la Introducción (una página); Bases Generales (2 páginas); Comisión Nacional y Encargados Regionales (2 páginas); Calendario (una página); Problemas (6 páginas).

1.2. Folletos de los años 1992 y 1998.

Tapas






Interior

10
Olimpiada de Matemática

Problema 4 Consideremos las nueve regiones, R_1, R_2, \dots, R_9 , que se forman con los cinco anillos olímpicos, como muestra la figura:



Colocamos un número del 1 al 9 en cada región, todos distintos, de tal forma que la suma en cada anillo es la misma. ¿Cuál es el mayor y el menor valor posible de esta suma?

Problema 5 Recordemos que 0,19 es el número 0,191919..., donde 19 se repite infinitas veces. Decimos que 19 es el período del número 0,19. Determine el período de $0,19 + 0,199$ y el de $0,19 - 0,199$.

Problema 6 Sea ABCD un cuadrado y E un punto en su interior, con la propiedad que el triángulo ECD es isósceles ($EC = CD$). Demuestre que existe un punto E en el interior del cuadrado, para el cual, además, el triángulo AEB es isósceles ($AE = EB$).

Problema 7 Consideremos el conjunto $S = \{1, 2, \dots, n\}$. Sean M_1, M_2, \dots, M_{r+s} subconjuntos no vacíos de S. Pruebe que existen índices distintos $i, j, r + s, i_p, i_{r+s}, i_p, j_2, \dots, j_s$ tales que:

$$M_i \cup \dots \cup M_{i_p} = M_j \cup \dots \cup M_{j_s}$$

Problema 8 Una marca de zapatos propone: "compre un par de zapatos sin pagar". Se trata de lo siguiente; usted va a la fábrica y paga \$20.000 por un par de zapatos y 10 estampillas de

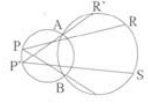
Olimpiada de Matemática 11

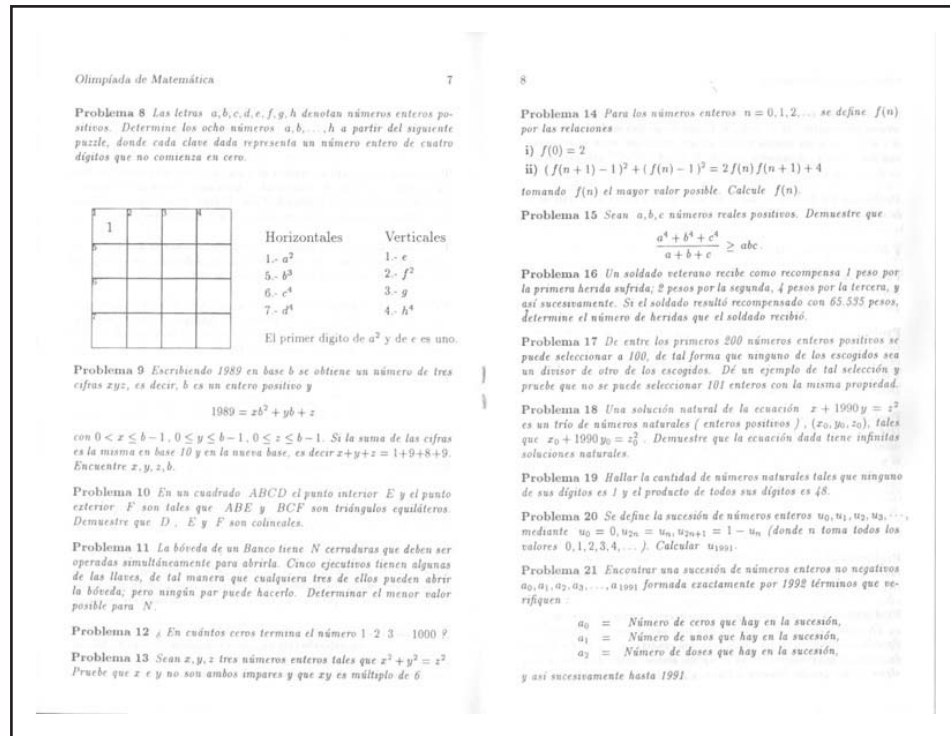
un valor unitario de \$2.000. Al vender estas estampillas recuperará su dinero. Las personas que compran las estampillas van a la fábrica, entregan una estampilla y \$18.000, y a cambio recibe un par de zapatos y 10 estampillas, y así continúa el ciclo. La fábrica recibe sólo una estampilla por par de zapatos. ¿Cuánto recibe la fábrica por cada par de zapatos? ¿Es posible repetir esta operación 100 veces, suponiendo que ninguna persona se repite?

Problema 9 Construir el triángulo ΔABC si se conocen los puntos de la circunferencia circunscrita al ΔABC , y los puntos D, E y F de la circunferencia, donde ésta es intersectada, respectivamente, por la altura, la transversal de gravedad y la bisectriz que parten desde el vértice C. (Suponer que $AC < BC$).

Problema 10 Sea n un número natural, $n \geq 2$. Dados 2n puntos en el plano, sin que tres de ellos sean colineales. ¿Cuál es el número máximo de trazos que pueden dibujarse entre ellos sin producir un triángulo con vértices en algunos de los 2n puntos?

Problema 11 Hace un tiempo atrás, en un programa radial, una pastelería anunció una promoción especial en la compra de dos tortas rellenas. Cada torta podía contener hasta cinco rellenos de los que habían en la pastelería. En el programa una Señora





a) Tipografía: Para el folleto del año 1992 se usó la misma tipografía que el del año 1990 (y 1991), la Computer Modern Roman o CMR. Se deduce entonces que fue desarrollado en ese mismo programa.

Para el folleto del año 1998, en cambio, se utilizó la Times New Roman en cursiva en tamaño 10 puntos.

Presentación de la tipografía Times New Roman cursiva:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890

La tipografía usada para las tapas en la parte exterior es una Helvética condensada.

Presentación de la tipografía:

A b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

b) Imágenes: La imagen utilizada para estos dos folletos es un puzzle formado por pequeños cuadrados, algunos de los cuales están rotados y otros estirados hacia los extremos desde dos puntas opuestas formando una especie de rombos. De la figura se escapan algunos cuadrados, de modo que la estructura adquiere dinamismo y da la sensación de movimiento.

c) Color: Las tapas de estos folletos están impresas sobre fondo negro.

El título para ambos casos “OLIMPIADA NACIONAL DE” y “X OLIMPIADA DE MATEMÁTICA” están en color amarillo, al igual que el año en el caso de la de 1992. No así para el del año 1998 que se encuentra en rojo.

La palabra “Matemática” funciona como una especie de marca, ya que está hecha en modo “manuscrito” y con apariencia de pluma. Se encuentra en tono cyan.

Los colores para los textos de la portada varían entre rojos, amarillos y blancos.

La imagen está en gradación de tonos amarillos y verdes en ambos casos, pero de diferente modo para uno y otro.

d) Diagramación: Simple, centrada. En la parte superior, el título, al centro la imagen, abajo la información. En la contraportada, el listado de los auspiciadores justificado a la izquierda.

En la parte interior, el texto se dispone justificado a ambos lados, al igual que en el folleto del año 1990.

e) Estructura: El primer folleto mide 26,3 de ancho x 19,8 extendido y contiene

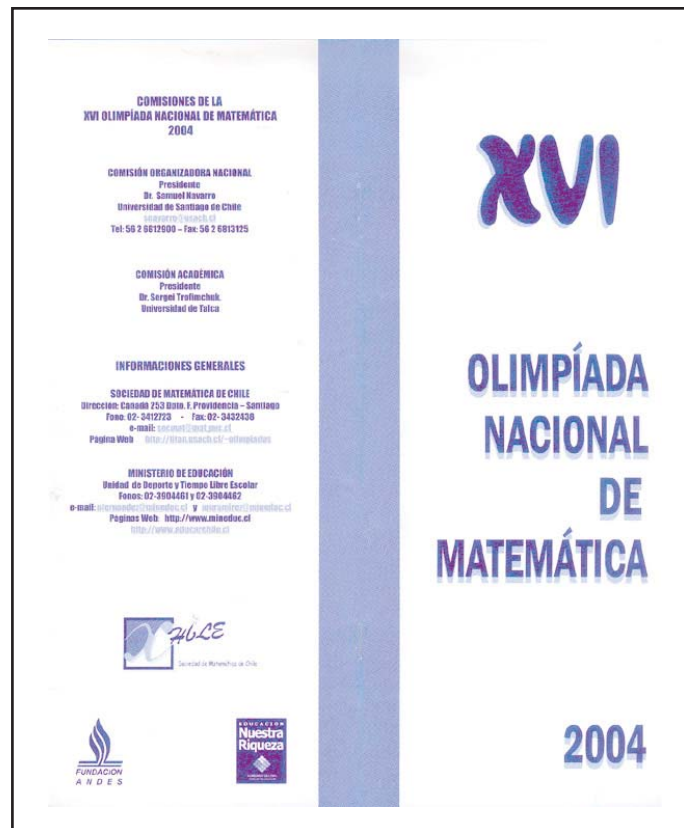
4 cuartillas en papel bond, con un corchete en la parte central del lomo.

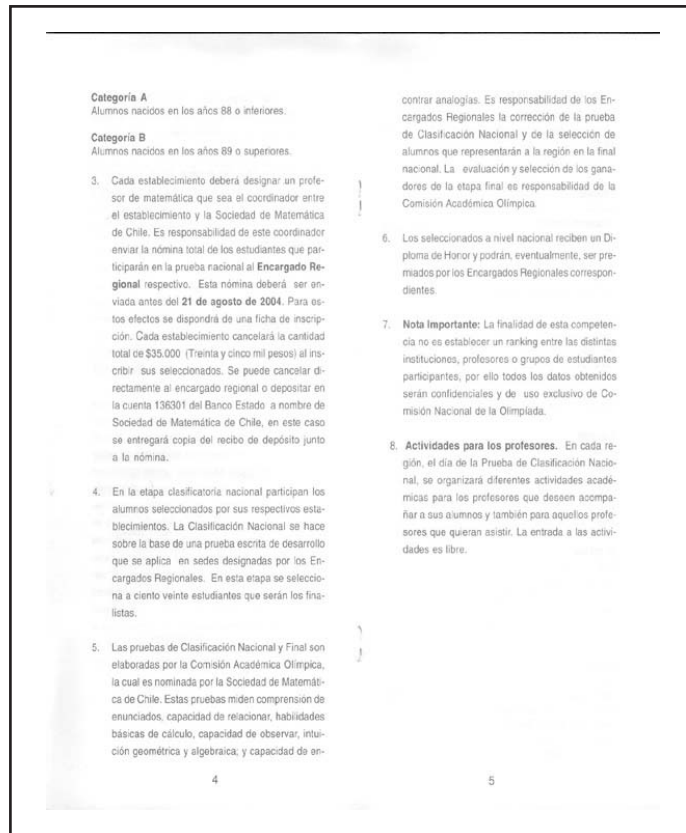
El segundo mide 27 de ancho x 20,5 de largo, extendido. Contiene 5 cuartillas y dos corchetes en el lomo. La contraportada es desplegable, de modo que la cuartilla de las tapas mide en realidad 40,4 x 19,8 cms.

f) Contenido: Ambos folletos contienen en el retiro de la portada la lista de la Comisión Nacional. En la primera página los títulos, iguales que los del primer folletos. Luego, introducción (una página), Bases Generales (2 páginas), Encargados Regionales (1 y ½ páginas) y problemas (en páginas restantes).

En el folleto del año 1998 hay en la contraportada (en la parte desplegable) un listado de libros de matemática con imágenes, de la editorial Librerías Universitaria.

1.3. Folleto del año 2004.





a) Tipografía:

La tipografía usada para el interior del folleto es la Arial, en 10 puntos.

Para la portada se usó la Arial Narrow, con algunas modificaciones para alargarla, y efectos de sombra para destacarla.

El número de la Olimpiada (XVI) está en AC y la información de la contraportada está en Impact.

Presentación de la Tipografía AC:

A b c d e i g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Presentación de Tipografía Impact:

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
1234567890

b) Imágenes: No contiene. Sólo existe un bisel azul de 2,8 cms.

c) Color: Los tonos de la portada y la contraportada están en azul, sobre fondo blanco.

Al interior texto negro sobre fondo blanco.

d) Diagramación: En la portada los elementos se justifican a la derecha. En la parte superior el número romano de la Olimpiada, al centro el título y abajo el año. En la contraportada los componentes se distribuyen al centro. En la parte interior el texto se dispone justificado a ambos lados.

e) Estructura: El folleto mide 22 x 27 cms. extendido en forma vertical. Contiene dos cuartillas en papel bond y dos corchetes en el lomo.

f) Contenido: Título e Introducción (1 ½ páginas). Etapas de la XVI Olimpiada Nacional de Matemática (1 ½ páginas). Bases Generales (2 ½ páginas). Encargados Regionales (3 páginas).

2. Análisis de afiches.

2.1. Afiche de 1990.



a) Tipografía:

Arial Black.

b) Imágenes:

Estructura de una esfera que se va partiendo (la misma que en el folleto).

c) Color: Fondo negro y tipografía en blanco. Presencia de verde en líneas de construcción geométrica de la imagen.

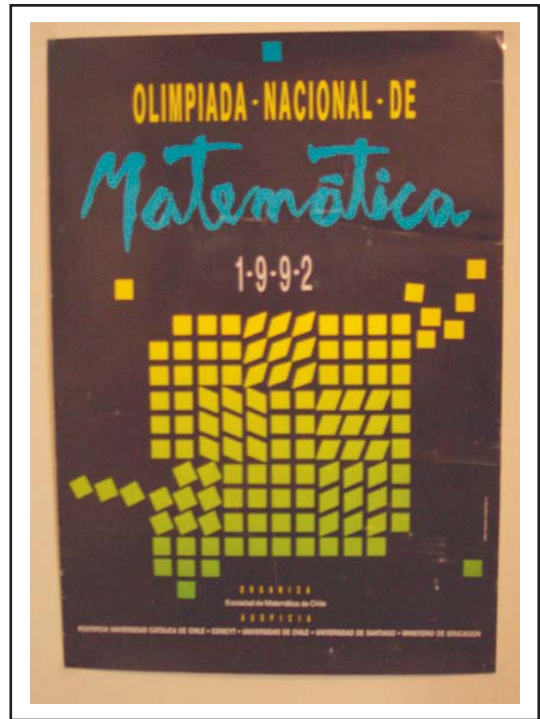
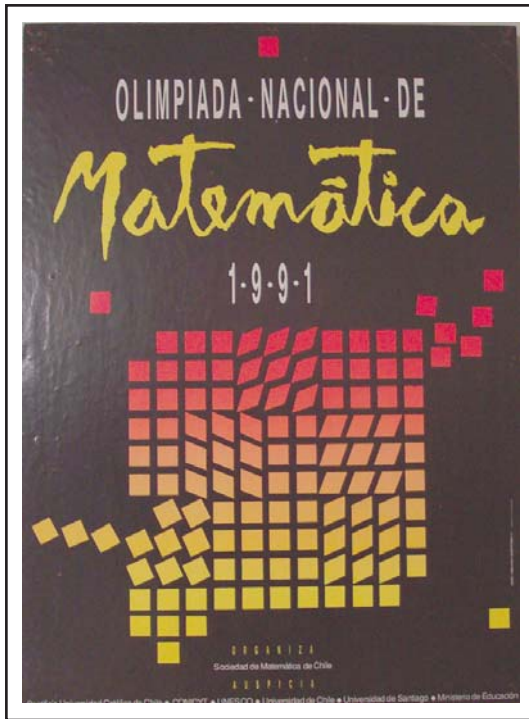
d) Diagramación: Título "Olimpiada Nacional de Matemática 1990" arriba y centrado. Luego aparece nombrado el estamento organizador, la Sociedad de

Matemática de Chile, también centrado. En la zona central, se dispone la imagen a la izquierda y a la derecha el listado de los auspiciadores. Finalmente, abajo aparece la información adicional justificada a la izquierda.

e) Estructura: 43 x 31,5 cms. en papel bond de unos 180 gms. Aproximadamente.

f) Contenido: Título, organizadores, auspiciadores, patrocinio y lugar donde requerir mayor información. Muy pobre y poco relevante para esa etapa la información que se presenta en el afiche.

2.2. Afiche de 1991 y 1992.



a) Tipografía: Helvética Condensada.

b) Imágenes: Se encuentra en estos afiches la misma imagen usada para los folletos.

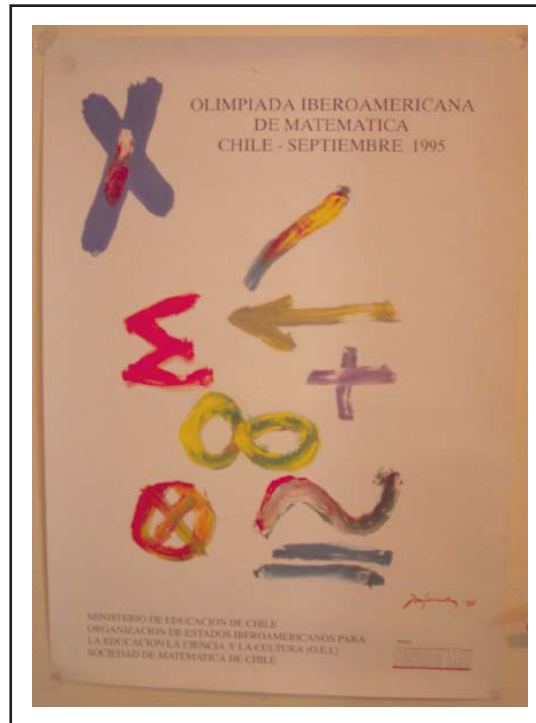
c) Color: Los colores también se mantienen. Fondo negro y tonos amarillos, rojos y verdes. Hay una diferencia en el color de la palabra “Matemática” entre estos dos afiches. Uno está en amarillo y el otro en tono cyan. También hay diferencia en la gradación de color de la imagen, una está en amarillo hacia rojo y la otra en amarillo hacia verde, respectivamente.

d) Diagramación: Centrada.

e) Estructura: 52,5 de largo x 37 de ancho en ambos afiches. Impresos en papel brillante.

f) Contenido: Título “Olimpiada Nacional de Matemática”, año, organiza y auspicia. Es muy poco lo que se alcanza a conocer sobre la actividad en estos afiches.

2.3. Afiche año 1995 para la Olimpiada Iberoamericana de Matemática realizada en Chile.



a) Tipografía: Times New Roman.

b) Imágenes: las imágenes fueron hechas por el artista plástico Balmes, ya que se trata de una Olimpiada Internacional. Se trata de signos matemáticos hechos en óleo.

c) Color: contiene cada signo mucho color mezclado: rojos, amarillos y azules, formando verdes y morados.

d) Diagramación: la imagen actúa como el fondo, dejando espacios libres para la disposición del texto. En la parte superior a la derecha aparece el título en tres líneas, como un bloque de texto centrado. Abajo el resto de la información en cuatro líneas justificado a la izquierda, y la marca de una revista (auspicio) a la derecha.

2.4. Afiche del año 2003.



a) Tipografía: para los textos en Commic Sans, y para el título SE USÓ Helvética, manipulada para alargarla y ladearla.

Presentación de Tipografía Commic Sans:

A b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

b) Imágenes: no tiene imágenes, pero el número “15” perteneciente al número de la Olimpiada de ese año, está puesto sobre una cuadrícula. En la parte del marco del afiche, hay una trama de un color similar, pero más oscuro, hecha con números.

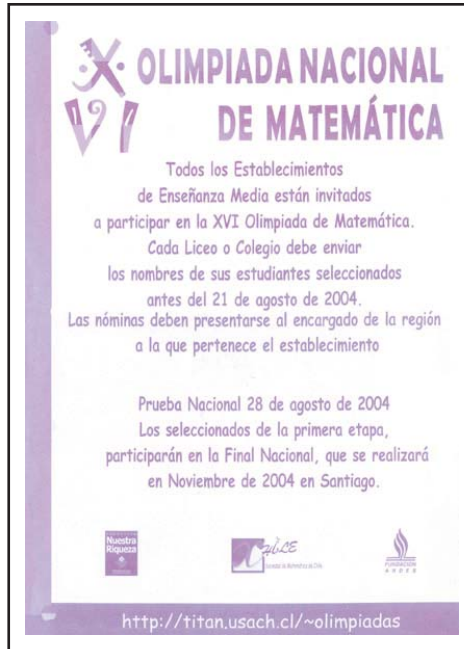
c) Color: rojo, verde y negro sobre fondo blanco. Azul para el marco.

d) Diagramación: los elementos están dispuestos en una franja blanca que se extiende sobre un fondo azul, dejando 7,5 cms. de fondo azul hacia los lados. En el cuadro blanco se encuentra el título emplazado hacia la izquierda, al igual que el texto, que se encuentra a la izquierda del cuadro, pero justificado a la derecha. En la parte inferior a la derecha la imagen de marca del Gobierno de Chile y la Sociedad de Matemática.

e) Estructura: 50 x 50. papel couché brillante de unos 180 grms.

f) Contenido: Título, participantes (estudiantes de todos los liceos o colegios del país, que tengan entre 13 y 17 años de edad), fecha de inscripción, informaciones (página Web de SOMACHI y teléfonos), y patrocinadores (SOMACHI y MINEDUC).

2.5. Afiche del año 2004.



a) Tipografía: Comic Sans.

b) Imágenes: no tiene.

c) Color: está impreso en diferentes tonos de un mismo color, algo azul.

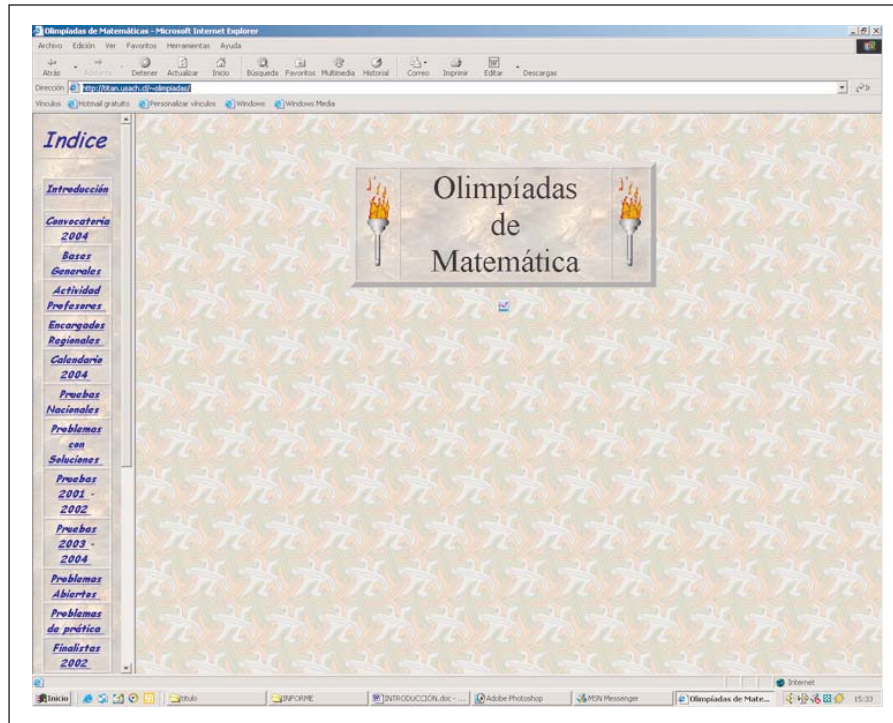
d) Diagramación: bloque de texto centrado, título arriba justificado a la derecha, dejando espacio a la izquierda para el número romano. Bisel de color a la izquierda y en la parte inferior, de 2 cms. aproximadamente.

e) Estructura: 41,8 x 29,4, formato vertical. Impreso en papel Bond, de unos 90 gms.

f) Contenido: Título "XVI OLIMPIADA NACIONAL DE MATEMÁTICA", características de establecimientos invitados a participar, fecha de envío de nominaciones por colegio a Encargados Regionales, fecha de Prueba Nacional, y de la Final Nacional. Logotipos de auspiciadores y organizadores (MINEDUC, SOMACHI y Fundación Andes).

3. Análisis de sitio Web.

Dirección: <http://titan.usach.cl/~olimpiadas/>



a) Tipografía: Comic Sans para los títulos de los enlaces, Times New Roman para el título principal y Arial para los textos. Los textos de la página que lleva a otros enlaces llamada “conéctate” se encuentra en Times New Roman.

b) Imágenes: imágenes de Escher en el fondo, y antorchas “decorativas” en el título.

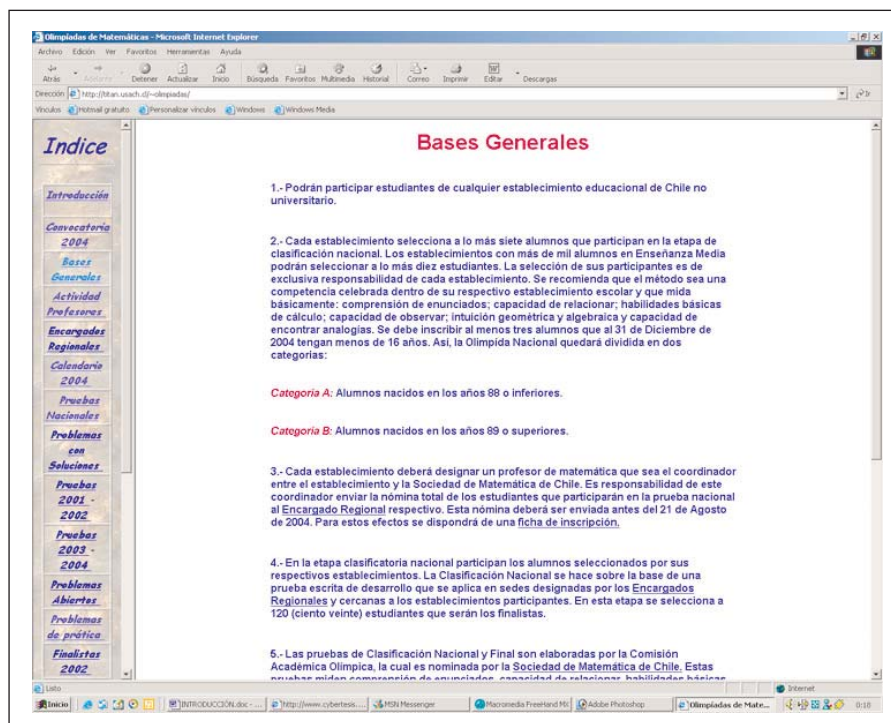
c) Color: Tonos pastel para el fondo, en verde, blanco y anaranjado. Para títulos de enlaces el azul. Rojo para los textos destacados y azul para el resto del texto, todo sobre fondo blanco. Amarillo de fondo para páginas en las que se bajan las pruebas. Cuadros de Honor en verde sobre amarillo.

d) Diagramación: los títulos de los enlaces se encuentran emplazados en forma de listado a la izquierda de todas las páginas. En el cuadro principal se encuentra el título sobre un recuadro.

Para los bloques de texto se usó la opción de justificar a la izquierda.

e) Estructura: la página es de 800 x 600 y es ajustable. Está dividida en dos partes: una, la de los enlaces y otra la de la información. Se puede agrandar y achicar a gusto cada una de esas partes. Hay algunos enlaces que se encuentran en pdf, y se abren en la misma página.

f) Contenido: Introducción, Convocatoria del año actual, Bases Generales, Actividades para Profesores, Encargados Regionales, Calendario del año actual, Pruebas Nacionales, Problemas con Soluciones, Pruebas 2001 – 2002, Pruebas 2003 – 2004, Problemas Abiertos, Problemas de Práctica, Finalistas 2002, Finalistas 2003, Finalistas 2004, Programa Final 2002, Cuadro de Honor 2001, Cuadro de Honor 2002, Cuadro de Honor 2003, Conéctate y Volver.



4. Conclusiones de Análisis Tipológico.

Se puede concluir brevemente con respecto al diseño de las piezas gráficas utilizadas para la difusión de las Olimpiadas Nacionales de Matemática lo siguiente:

- El uso de las imágenes parece más bien al azar, y carece de un estudio del público objetivo, o bien, se asocia demasiado al concepto matemático clásico.

- Se nota una evolución en cuanto al diseño gráfico de una pieza a otra en orden temporal, aunque las del último año volvieron a la pobreza de imágenes absoluta.

- Las imágenes se repiten en cierto período de tiempo, pero no en todos los casos, por lo tanto no se puede decir que exista una marca que los identifique actualmente.

- El hecho que no exista coherencia en la continuidad de una pieza a otra en cuanto al tratamiento de imagen (exceptuando algunos años intermedios), provoca un quiebre en la retención de las imágenes, lo cual hace imposible recordar o asociar la imagen utilizada con la actividad.

- La pobreza de imágenes o diagramación en el tratamiento gráfico de las piezas, provoca que éstas sean menos originales, lo cuál juega en contra a la hora de valorar el producto, o la actividad misma.

- La falta de presupuesto a la hora de producir las piezas gráficas es un gran punto en contra para el desarrollo de piezas mejor acabadas y debidamente diseñadas hasta el día de hoy, ya que deben ser los mismos matemáticos los que se encarguen de todo el trabajo, inclusive en secciones que no les corresponden como profesionales (como es el caso del diseño de las piezas).

- A través de este proyecto se pretende que esto cambia, es decir, que se produzcan piezas mejoradas, sin necesidad de acrecentar demasiado el presupuesto.

- No se conoce con certeza el monto presupuestario que disponen los organizadores para el desarrollo de la Olimpiada, porque, además es relativo y cambia de año a año, pero a continuación se adjunta una parte de la carta que les envían a los empresarios para conseguir recursos, para hacerse una idea de al menos lo que se requiere y cuánto se dispone para cada etapa.

Necesidades a ser cubiertas por los auspicios (M por 1000):

Preparación e impresión de material: libros y folletos.	(M\$ 5000)
Traslados de estudiantes a lugares de rendición de las pruebas.	(M\$ 3000)
Traslados de profesores internos de la región y entre regiones.	(M\$ 800)
Alojamiento y alimentación de estudiantes de colegios municipalizados y subvencionados.	(M\$ 3500)
Poster: diseño y confección.	(M\$ 700)
Participación en competencias internacionales.	(M\$ 6000)
Informativos murales impresos.	(M\$ 300)
Difusión en paneles públicos.	(M\$ 3000)
Difusión en medios de comunicación.	(M\$ 2000)
Premios y estímulos a los participantes.	(M\$ 2000)

V. ETAPA PROYECTUAL.

1. Presentación del Proyecto.

1.1. Problema: las Olimpiadas de Matemática son una actividad que se realiza año a año, pero que queda registrada en la historia como eso y nada más. Los jóvenes no reconocen la actividad más que como una competencia para “mateos”, por lo tanto no se interesan en conocer más sobre ella. Los mismos auspiciadores, tan importantes para llevar a cabo la actividad, no se arriesgan ya que no se trata de una actividad demasiado masiva o reconocida por el resto de los chilenos. Dadas estas y otras situaciones, la actividad no progresa y no se “moderniza”, es decir, le falta tener presencia en la cotidianidad al menos de los mismos participantes.

1.2. Necesidad: darle un sentido de renovación, de frecuencia a la actividad. Demostrar que la Olimpiada es más que la actividad misma, es un espacio de encuentro entre jóvenes con intereses comunes de distintos lugares del país. Jóvenes que tienen derecho a formar parte de una entidad que los represente como son las Olimpiadas. Más que una competencia es una “instancia” para conocer, aprender, viajar, etc.

1.3. Objetivos:

- Respalda las Olimpiadas de Matemática con una imagen mucho más consistente y presente en los medios.
- Generar un espacio de comunicación entre participantes de las Olimpiadas.
- Dar cabida a otros jóvenes para que conozcan sobre la Olimpiada Chilena de Matemática.
- Aumentar el grado de interés de las personas con respecto a la actividad,

ya sea para apoyarla o simplemente respetarla.

- Crear vínculos entre los jóvenes pertenecientes a esta realidad, de todas partes del mundo.
- Contribuir a que los jóvenes inmersos en el mundo de la matemática se sientan parte de algo y no exclusión de algo.
- Resaltar el carácter juvenil y positivo de la actividad, para que los participantes se sientan formando parte de algo importante y respetable ante sus pares.

1.4. Grupo Objetivo.

En general, la idea es que las Olimpiadas sean reconocidas por el más amplio espectro de personas a nivel nacional, pero a través de un receptor específico que son los jóvenes chilenos en etapa de participar, es decir, desde 14 a 18 años, que asisten a liceos o colegios del país entero, y de todas las clases sociales.

1.5. Enfoque Teórico.

Los resultados positivos en las Olimpiadas de Matemática dependen de dos factores fundamentales: la preparación adecuada de los participantes, por parte de entidades y personas dispuestas a mejorar el desempeño de los jóvenes en la materia, y el desarrollo adecuado de elementos comunicacionales, de modo que la actividad se reconozca como completa.

Se parte de la base entonces de crear una marca que identifique la actividad, lo cuál le entrega un nombre, la hace única. De este modo, la comunicación permite hacer una distinción de esta actividad con otras, y a su vez, ser reconocida por el grupo al cuál se pretende llegar, con las características que son de interés del grupo y que destaque además los valores propios del producto (en este caso refiriéndose a la actividad) que se quieren transmitir.

Preocupa también que al tratarse de una actividad social, que en el fondo atañe a todos los chilenos y que entre otras cosas refleja el respeto por el interés intelectual de algunos jóvenes en el país, que la imagen impregnada en las personas sea capaz de convertirse en parte de la historia de nuestro país, pasando a formar parte de la identidad colectiva de los ciudadanos.

Con todo esto en marcha (imagen, difusión y desarrollo de la actividad), se deduce que existe una preocupación por la superación cultural, intelectual y educacional del país.

2. Fundamentos del proyecto, Aporte y Proyección.

Se desprende de la investigación base memoria, que el uso del diseño gráfico para el material de difusión de las Olimpiadas hace crecer la actividad en el sentido de reconocimiento, lo cual gatilla en un impulso por mantener vigente la actividad a través del esfuerzo de un mayor número de personas.

Actualmente la parte comunicacional de la competencia nacional se desarrolla bajo el alero de especialistas en el rubro de la matemática, lo cuál se ve reflejado en el nivel inestable y poco llamativo de sus piezas.

Las Olimpiadas de Matemática en nuestro país carecen de una imagen única que las identifique (marca), es decir, no existe una cultura iconográfica que respalde dicha actividad, lo que gatilla en una falta de consistencia que año a año pesa en el minuto de obtener los recursos necesarios para su realización (auspicio), pasando a tener menor seriedad y profesionalismo del que debiera, tratándose de un hito cultural.

Las Olimpiadas de Matemática necesitan permanecer en el tiempo y ser reconocidas como acontecimiento intelectual en nuestro país.

Se deduce que como primer objetivo del proyecto comunicacional está la

creación de una imagen que sea atrayente para los jóvenes y a su vez refleje el prestigio de participar, además de reflejar calidad y generar compromiso.

Con este proyecto se pretende, entre otras cosas, demostrar que es necesaria la existencia de una imagen única para la Olimpiada Nacional de Matemática, respaldada por la imagen del Gobierno de Chile y la Sociedad de Matemática de Chile, con el sentido de aumentar el reconocimiento por parte de la gente, además del manejo profesional requerido en la preparación de los participantes para la obtención de primeros lugares.

Por ende, se pretende entregar consistencia a la actividad a través de un símbolo-marca que permanezca en la memoria colectiva de los ciudadanos, sobretodo aquellos potenciales participantes.

A modo de justificación, es sumamente importante darle un merecido reconocimiento a este tipo de actividades tan positivas para los jóvenes (y el país entero), ya que además se encuentran (las actividades) dentro del universo de la imagen de nuestro país en el extranjero.

De un modo u otro, el creciente interés, de parte de la gente en general, por actividades de esta índole van acrecentando también el espíritu cultural del país, sopesando la balanza hacia el lado positivo de los valores de sociedad, ya que se le da cada vez menos cabida al ocio, y por otro lado se felicita y gratifica a las personas que destacan en esta contribución al desarrollo intelectual del país.

Según lo investigado y analizado anteriormente en la IBM se desprende que en países desarrollados existe una especial dedicación al desarrollo de imágenes para todo tipo de actividades que representen al país en el extranjero sobre todo, de manera de demostrar que sus habitantes se sienten capacitados para ganar, y que el país está en constante crecimiento cultural e intelectual. Así, no basta con los resultados, también es necesario un compromiso mediático a través del tiempo y el espacio. Una parte de la historia es lo que queda en la memoria “visual” de las personas. Pues así es como los íconos van formando parte de la historia de un país, sobre todo en esta época donde se los ve tan seguido en todo orden

de cosas. Sin ir más lejos, es lo que ocurre en el caso del Gobierno de Chile.

Otra situación que motiva el desarrollo de este proyecto es que los participantes sientan cierto grado de identificación con la actividad, con el fin de acrecentar su interés y así obtener, en lo posible, mejores resultados.

Actualmente la preparación de los alumnos para la competencia en nuestro país está a cargo de algunos profesores universitarios involucrados con la organización de la Olimpiada, quienes reúnen a los ganadores de la etapa nacional cada cierto tiempo, ayudándolos a ejercitar sus talentos e incrementar así sus capacidades.

Recién para esta última Olimpiada se está llevando a cabo este sistema (con buenos resultados), ya que antes la preparación recaía más que nada en el mismo participante y/o colegio en que estudiaba.

Entonces se puede pensar que el minuto de establecer una estrategia comunicacional para la Olimpiada es el propicio, ya que hay un interés por hacer surgir la actividad desde el punto de vista intelectual, haciendo posible mejorar los resultados obtenidos, de modo que los auspiciadores estarán cada vez más dispuestos a intervenir, sobre todo si el avance es también mediático.

La razón de la implementación de un sistema más riguroso de preparación obedece a una necesidad de volver a los lugares que Chile tuvo alguna vez en el extranjero y que se han ido perdiendo, lamentablemente, debido a la falta de profesionalismo, apoyo (auspicio), y tiempo por parte de los organizadores.

De este modo se concluye que los avances intelectuales de este tipo, deben ir de la mano de una imagen que despierte el interés de todo el pueblo por el desarrollo cultural. No olvidemos que uno de los objetivos fundamentales de las Olimpiadas de Matemática es formar buenos profesionales en el ámbito científico, capaces de convertirse en futuros investigadores; y la investigación es una de las fuentes de riqueza de una nación, ya que aporta conocimientos y da pie al desarrollo conjunto con otros países, lo cuál gatilla en mejores economías inclusive, entre

otras cosas.

Habiendo los recursos suficientes y, por supuesto, las ganas y el profesionalismo necesarios, un país está capacitado para avanzar mucho en materias de competencias internacionales, y por ende se debe respaldar con una imagen que avale dichos resultados óptimos.

Es decir, para competir entre los países ganadores de, al menos, estas olimpiadas es necesario para el país contar además con una economía estable que le permita, bajo el punto de vista planteado en esta investigación, llevar a cabo el desarrollo profesional de una marca que identifique la actividad, y de un proceso de difusión, capaces de realzar los aspectos positivos y culturales que ayudan a crecer a las futuras generaciones en el ámbito educacional, permitiendo, por ende, un crecimiento de conciencia social a nivel nacional.

Las Olimpiadas de Matemática son un grano de arena más en esta enorme rueda que lleva a las naciones a desarrollar el aspecto intelectual y, por tanto, mejorar la calidad de vida de sus miembros. Por lo tanto, sería muy irresponsable de nuestra parte, siendo un país en progresivo desarrollo, dejar de lado dicha actividad sin tomarle el peso a nivel comunicacional y mediático.

VI. PLANIFICACIÓN PROYECTUAL.

1. Desarrollo Conceptual.

Previamente ya fue explicada la forma de Estrategia Comunicacional de este Proyecto.

Para el desarrollo de éste se definieron los siguientes conceptos:

Con el objeto de entender el marco conceptual, a continuación se hará una definición etimológica, según el diccionario Everest de la Lengua Española, y semiológica de los términos enumerados.

- 1.- Juvenil
- 2.- Intelecto
- 3.- Matemática
- 4.- Cultural
- 5.- Social
- 6.- Naturaleza
- 7.- Superación
- 8.- Reconocimiento
- 9.- Diversidad (globalidad)
- 10.- Esparcimiento
- 11.- Electrónica

1.1. Definición etimológica:

Abreviaciones:

- sustantivo (s.)
- adjetivo (adj.)
- figurado (fig.)
- femenino (f.)
- masculino (m.)
- verbo (v.)

1.- Juvenil (del latín *iuvenilis*): adj. Perteneciente o relativo a la juventud.
Juventud (del latín *iuventus*, *-utis*): s. f. 1. Edad que media entre la niñez y la adultez. SIN. Adolescencia, mocedad.

2.- Intelecto (del latín *intellectus*): Entendimiento o inteligencia. SIN. Pensamiento, Espíritu.

3.- Matemática (del latín *mathematicus*, y éste del griego *mathematikós*, de *máthema*, ciencia): s. f. 1. Ciencia que estudia la cantidad, sus relaciones y propiedades, mediante el método deductivo.

4.- Cultural: adj. Relativo a la cultura.

Cultura (del latín *cultura*): s. f. 1. Cultivo. 2. fig. Resultado de cultivar los conocimientos humanos y de afinarse por medio del ejercicio las facultades del ser humano.

5.- Social (del latín *socialis*): adj. 1. Perteneciente o relativo a la sociedad y a las distintas clases que la componen.

Sociedad (del latín *societas*, *-atis*): s. f. 1. Conjunto organizado de personas, familias, pueblos o naciones. SIN. Colectividad, comunidad.

6.- Naturaleza: s. f. 1. Esencia y propiedad característica de cada ser. (...) 5. Principio universal de todas las operaciones naturales. 6. Virtud, calidad o propiedad de las cosas.

7.- Superación: s. f. Acción y efecto de superar.

Superar (del latín *superare*): v. 1. Ser superior a otro. 2. Vencer obstáculos y dificultades. || v. prnl. 3. Hacer alguien una cosa mejor que en otras ocasiones.

8.- Reconocimiento: s. m. Acción y efecto de reconocer o reconocerse.

Reconocer (del latín *recognoscere*): v. tr. (...) 7. Confesar uno el deber de estar agradecido a otro. 8. Manifestar una persona que es cierto lo que otro dice.

9.- Diversidad (del latín diversitas, -atis): s. f. 1. Variedad, desemejanza, diferencia.

10.- Esparcimiento: SIN. Distracción, entretenimiento, diversión, pasatiempo.

11.- Electrónica: s. f. Fís. Rama de la física que estudia los fenómenos derivados del movimiento de los electrodos y de otras partículas electrizadas, en el vacío o a través de gases más o menos enrarecidos.

1.2. Definición Semiológica:

1.- Juvenil: se refiere este concepto a una etapa por la que pasan los posibles participantes de las Olimpiadas de Matemática, es decir, el potencial público objetivo de la campaña comunicacional. El término juvenil representa entonces los gustos de este grupo humano, referido, obviamente, a la actualidad, y también representa el carácter de “moderno” o “contemporáneo” en el uso de los elementos gráficos.

2.- Intelecto: se refiere al cultivo de la mente como modo de llegar a soluciones lógicas de problemas. Se destaca como característica de quienes están dispuestos a ser cada vez mejores personas a través del conocimiento de la ciencia.

3.- Matemática: es la ciencia que se evalúa en estas Olimpiadas. Se destacan sus características sígnicas, más que de ciencia exacta, es decir, se manifiesta visualmente a través del reconocimiento universal de sus signos, pero no se pretende dar al mensaje el carácter simétrico, ordenado, estructurado o lógico que define esta ciencia. Por el contrario, se pretende dar una nueva visión de la matemática mezclándola con lo orgánico y destacando su presencia en la naturaleza.

4.- Cultural: se pretende destacar el beneficio de esta actividad (OCM) para el desarrollo positivo de las personas en sociedad.

5.- Social: es una actividad que se desarrolla en el ambiente comunitario, y que da chance para que los jóvenes de gustos y talentos similares se conozcan. Es una instancia de compartir además de competir.

6.- Naturaleza: se optó por este término debido al desarrollo de un universo donde la ciencia exacta se cruza con el paisaje natural. Además se destaca el sentido de pertenecer a algo, y de entender que las resoluciones matemáticas obedecen a una forma lógica presente en la misma naturaleza que nos rodea.

7.- Superación: como se trata de una competencia, el término superación se refiere a cruzar etapas y prepararse de tal modo que se destaque ante el resto y se llegue a los primeros lugares. Para esto es necesario poner en práctica la perseverancia.

8.- Reconocimiento: obviamente, luego de llegar a esos anhelados primeros lugares, se espera que el resto de las personas agradezcan el esfuerzo. El país entero agradece de algún modo que sus ciudadanos aporten al desarrollo cultural e intelectual, además de destacar la imagen del país en el extranjero.

9.- Diversidad: diversidad de gente. Con muchas cosas en común, pero diferentes al fin y al cabo. Dar cabida en la sociedad a este grupo de personas (los que participan en esta actividad), respetando sus diferencias.

10.- Esparcimiento: hay que destacar ante la mirada del público objetivo, que esto se trata de una actividad que les debe parecer entretenida. Nadie los está obligando a participar, por lo tanto, es lógico entregar el mensaje de un modo que no les resulte abúlico.

11.- Electrónico: se ha escogido trabajar con este concepto, ya que la matemática es una ciencia relacionada a la electrónica, permitiendo resolver ecuaciones físicas que determinan, por ejemplo, el funcionamiento de un circuito (sistema ligado al funcionamiento de algo por medio de diversas etapas). Además se asocia a la idea de fuerza, dinámica, y potencia, que son conceptos coherentes a la etapa que se vive en la adolescencia.

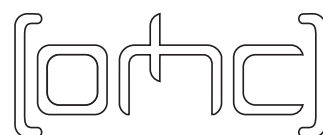
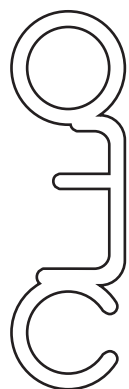
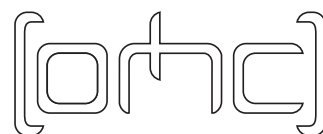
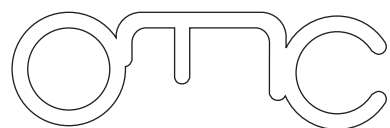
VII. PRESENTACIÓN DE LAS PIEZAS GRÁFICAS.

1. MARCA.

1.1. Desarrollo de Alternativas.

En un principio, como puede apreciarse, la sigla era OMC, lo cual fue posteriormente cambiada a OCM, debido a que OMC es usada para la Organización Mundial de Comercio.

1.1.1. Siglas.



Opción 2

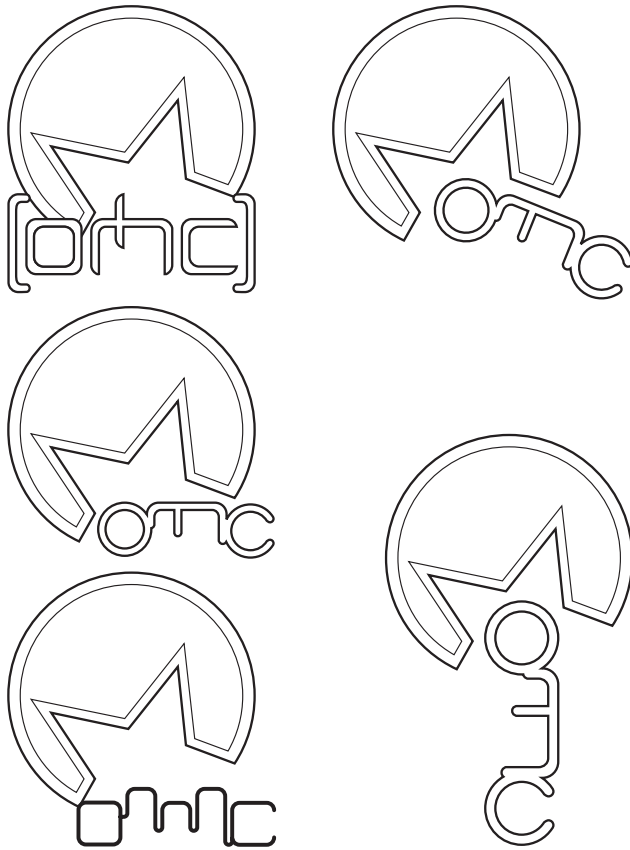


Opción 1

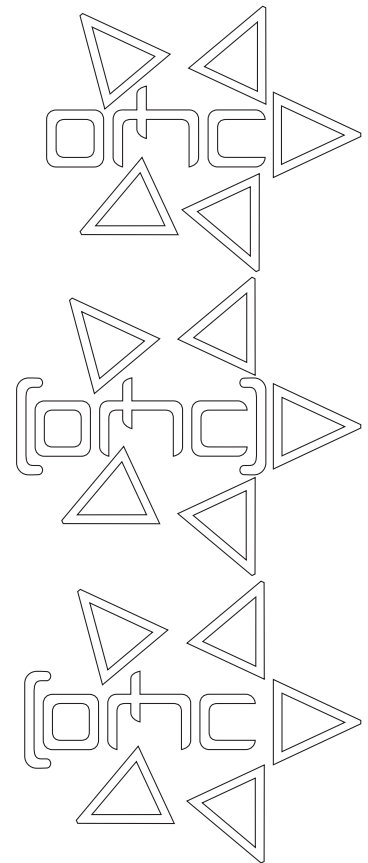


Opción 3

1.1.2. Siglas con íconos.



Opción 1



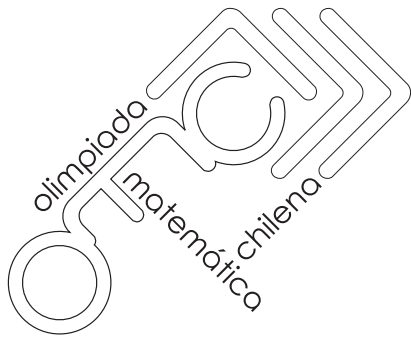
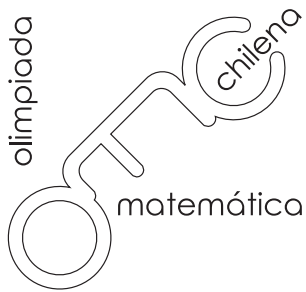
Opción 2



Opción 3

1.1.3. Siglas con íconos y títulos.

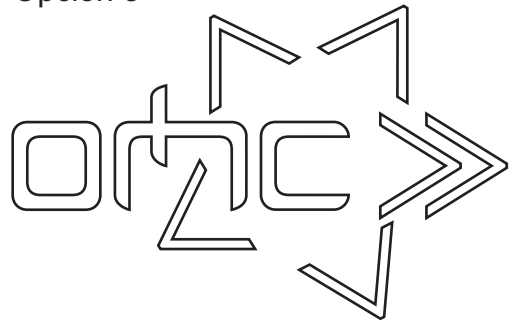
Opción 1



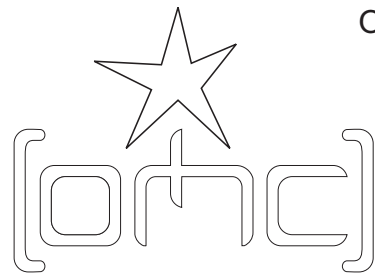
Opción 2



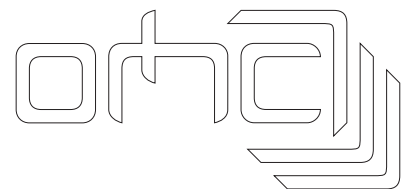
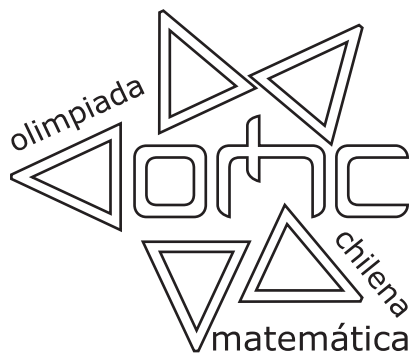
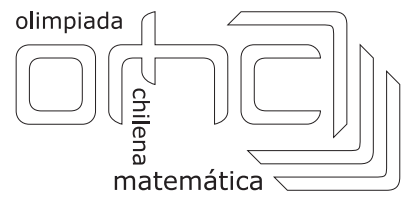
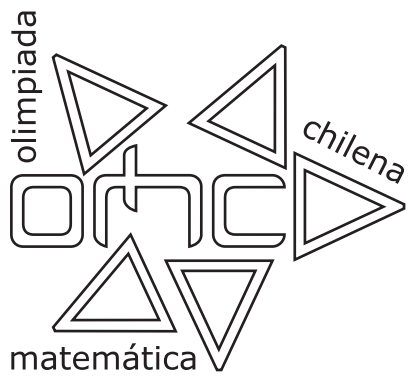
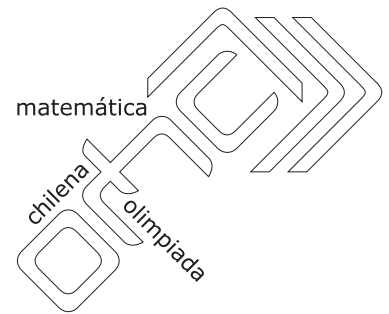
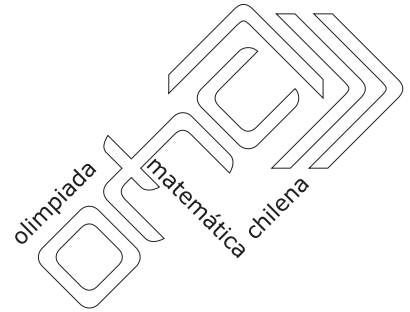
Opción 3



Opción 4

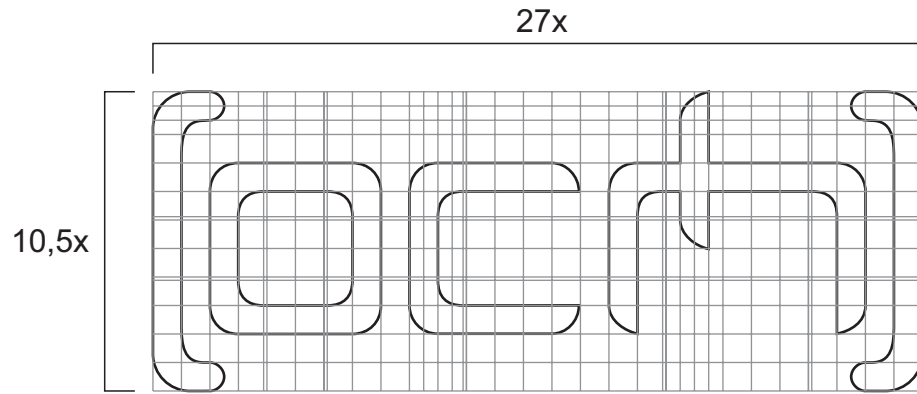


Opción 5

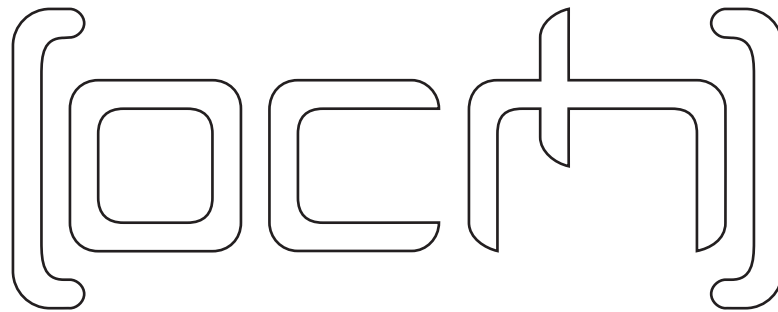


Opción 6

1.2. Presentación de alternativa final.



OCM con cotas y grilla



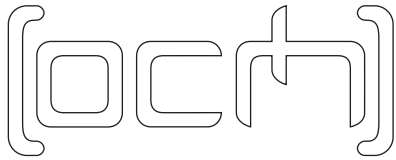
OCM lineal.



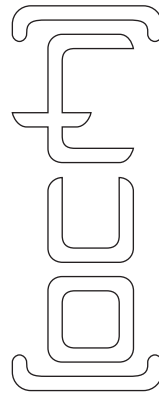
OCM relleno.

1.3. Reducciones de tamaño y cambios de posición.

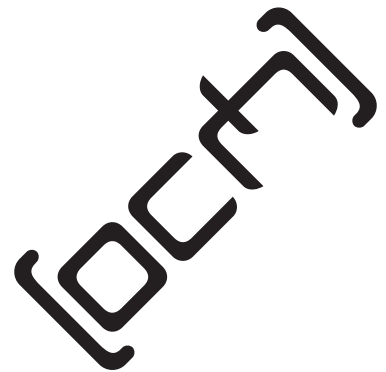
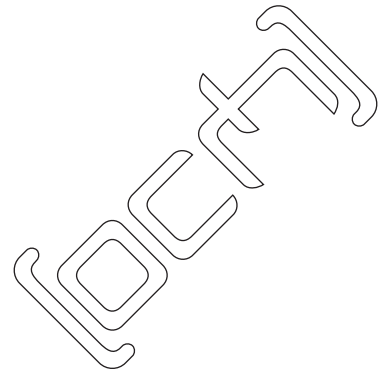
Horizontal



Vertical



ángulo de 45°



Reducciones



1.4. Plano Semántico.

Para la creación de la marca que representa a las Olimpiadas Nacionales de Matemática, se definió previamente una sigla que actuara como logotipo. Se escogieron las letras “O” por Olimpiada, “C” por Chilena, y “M” de Matemática. La sigla, por lo tanto es “OCM”, “Olimpiada Chilena de Matemática”. El hecho de elegir una sigla, es para hacer menos pesado el nombre de la actividad, y usar un método que sea más fácil de recordar, y asociar a la frase completa.

Lo importante de la estrategia comunicacional con respecto a la marca, es la sigla en sí misma, es decir, esta actúa como logotipo y símbolo a la vez, de modo que lo relevante sea recordar un nombre (en forma de marca), más que hacer alusión a las características de la actividad. La marca no pretende ser un reflejo de las características físicas o visuales de la actividad, sino un símbolo que ronda en la mente de los jóvenes en edad de participar de las Olimpiadas (sobretudo de los interesados o los que ya han participado de la actividad).

La sigla “OCM” está entre paréntesis por varios motivos. Primero, para hacer alusión a ciertos problemas matemáticos en donde las operaciones se realizan dentro de paréntesis. Por otro lado, los paréntesis actúan como “marco” de la sigla, encapsulándola de modo que pasa a ser una imagen formada por tres letras y no tres letras sueltas flotando en un espacio cualquiera.

La tipografía de la sigla “OCM” está hecha especialmente para el caso, de modo que fuese característica propia de la marca y tuviese las propiedades dadas bajo los conceptos de la estrategia, sobretudo de juvenil y matemática. Está hecha sobre una grilla cuadrículada simple.

La letra “M” tiene una característica especial, que le da dinamismo y que la transforma en una mezcla de letra y símbolo. Esto hace que la sigla se diferencie aún más de otra sigla cualquiera.

La marca constituye la parte más importante para el desarrollo comunicacional de la Olimpiada de Matemática, siendo la estructura primaria que debe mantenerse

en la memoria visual de las personas. De este modo, se ha optado por una marca que contenga elementos simples, de modo que permita “ir cambiando de año a año, pero que en el fondo siempre mantenga el grueso”, según palabras de Samuel Navarro el encargado de la organización del evento. Así, esta marca resultó ser de gran adaptabilidad, debido a su estructura, como se verá a continuación en la muestra de las piezas gráficas.

1.5. Plano Sintáctico.

1.5.1. Formato:

La forma de la marca está determinada por la estructura específica de cada letra, con la particularidad de sus vértices que han sido redondeados. Las letras nacen en realidad de una estructura cuadrada. La letra “m” contiene en uno de sus elementos una forma con vértice para darle cierta particularidad y generar cierto quiebre estructural.

La marca puede presentarse en cualquier dirección. Además no es necesario que se presente en su totalidad, bastando con que aparezcan los elementos suficientes para su reconocimiento dentro del total del soporte. El constante cambio de dirección en la postura de la marca y de tamaño con respecto al resto de los elementos, permite una des-estructuración que rompe con la estabilidad regida por los parámetros asociados a la formalidad.

1.5.2. Color:

Los colores principales para la marca son el blanco y el negro. En todo caso, no existe un color determinado para la presentación de la marca, dejando plena libertad de acomodo según el uso de otros colores en cada soporte. Preferentemente se eligen los colores negro, blanco, o Pantone 390 U para el caso de la marca llena. En cambio, si se presenta sólo en forma lineal está permitido darle cualquier color. Se ha escogido como color principal para toda la línea gráfica el Pantone

390 U, ya que al tratarse de un tono verde, es asociado a la naturaleza y a la etapa previa a la maduración (adolescencia). Además, se define bien con el negro o el blanco sin perder su contraste con uno u otro.

1.5.3. Tipografía:

En casos en que la marca apareciera con el título de la actividad “Olimpiada Chilena de Matemática”, se aconseja usar como tipografía de apoyo la SUPERWEB, debido a la coherencia formal con el resto de las piezas, aunque no hay exigencias al respecto.

2. POSTALES.

2.1. Presentación de las alternativas finales.

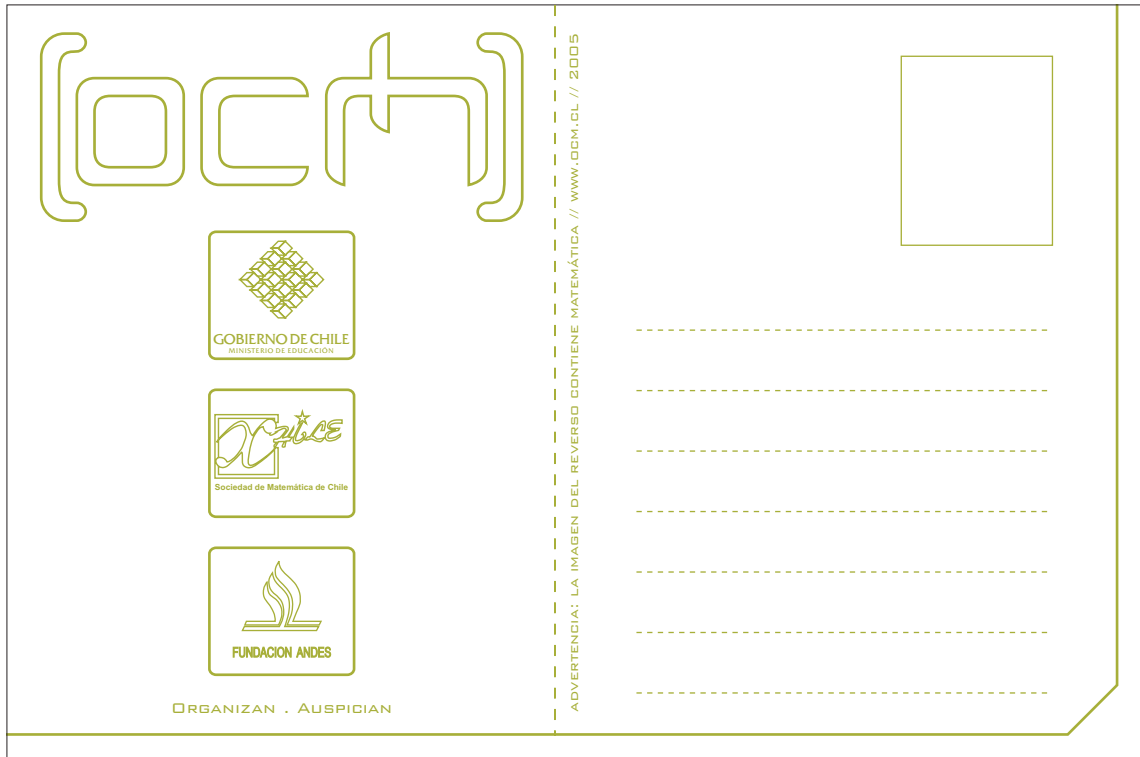


Opción 1, tamaño real (10 x 15 cms.).

Opciones 2 y 3



Retiro.



2.2. Plano Semántico.

Para la primera etapa de la estrategia comunicacional, se ha desarrollado un “flyer” o postal, que sirve como gancho para comunicar la idea de la matemática como presente en la naturaleza, dado un paisaje que contiene fractales.

Los fractales son imágenes creadas a través de ecuaciones matemáticas, y se han tomado los más representativos de la naturaleza, de modo de crear un ambiente parecido a la realidad, para representar el paisaje que se muestra en el anverso de una clásica postal. De esta manera, la postal adquiere un sentido matemático, pero de forma sutil, es decir, sin necesidad de usar los típicos recursos simbólicos.

Dentro de la información de la postal, es importante que el usuario se sienta interesado en visitar posteriormente la página Web, ya que ésta es el soporte (medio) principal de la estrategia, a través del cuál se enterarán de lo que en realidad se está promocionando.

Por medio de las postales se pretende dar un primer sentido de juvenil a la actividad olímpica, ya que se trata además de un soporte muy en boga entre los integrantes de ese segmento, acostumbrado a usarse para publicidad de fiestas, conciertos, páginas Web, etc., dadas sus cualidades de asequibilidad e inmediatez.

Para las postales de las Olimpiadas Chilenas de Matemática, se ha decidido incorporar una imagen de un paisaje pero con una particularidad: que contiene fractales como elementos principales que lo conforman.

Sin mencionar aquello en el “lado a” o tiro de la postal, simplemente se hace alusión a las propiedades intelectuales de aquel paisaje, refiriéndose a algo que ciertamente se camufla sin que seamos capaces de percibirlo en una primera mirada.

En ese mismo lado, se encuentra la presencia de la marca, sin el título “Olimpiada Chilena de Matemática” (sólo la sigla), de modo que el público se vaya familiarizando con ella.

Al reverso (retiro), se advierte que esa imagen “contiene matemática”, de modo que aumenta el misterio y expectación por el paisaje, la presencia de la marca de mayor tamaño para destacarse, la dirección de la página Web, y las marcas de los auspiciadores, organizadores, y patrocinadores, quienes hacen posible año a año la actividad (los estables), todo sobre la estructura típica de una postal.

El sentido de una postal es el de una carta escrita al reverso de una foto del lugar desde donde la manda el emisor, para que el receptor logre hacerse una idea de cómo es. De ahí, la idea de resaltar este nuevo paisaje intelectual que, si bien no existe de forma tangible, está en las ganas de participar en el desarrollo cultural del país.

Para efectos prácticos, la idea es ir rompiendo cada vez más con las estructuras ordenadas, de modo de ir agregando complejidad de una pieza a otra, para que la exploración del usuario vaya de lo macro a lo micro en la observación de los soportes, y así mantener la atención por mayor rango de tiempo.

2.3. Plano Sintáctico.

2.3.1 Formato:

Las postales miden todas 15 x 10 cms, formato horizontal.

2.3.2. Diagramación:

En la parte del tiro de la postal, se presenta la imagen en toda la extensión, dejando una franja de 1 cm. de ancho y de todo el alto de la postal para el mensaje escrito, “pura naturaleza intelectual” usando la vertical. Se escogió ubicarla a la izquierda debido a razones de lectura occidental, de modo que sea percibida inicialmente.

El rectángulo contiene formas hechas con líneas y círculos, hacia la parte superior, que se fusionan con él, de modo de romper con la estática de su forma. Además, en la esquina izquierda superior se presenta una imagen de un sistema representado a través de círculos y líneas, que aparece en otras piezas gráficas (folleto y afiche).

Al reverso o en el retiro, los elementos presentan estructura de postal, sin mayores cambios de lo tradicional. A la derecha las líneas para escribir el mensaje y el espacio para la foto. A la izquierda los auspiciadores y la marca de la OCM.

2.3.3. Color:

La imagen de fondo imita una foto en blanco y negro, lo cual permite que los fractales parezcan aún más como parte de un paisaje real. De este modo, la imagen parece más una foto que un dibujo.

El color usado para la franja es el mismo Pantone 390 U y sobre la franja, los elementos se presentan en color blanco. Al reverso, los elementos en Pantone 390 U sobre el fondo blanco. De esta manera, el total de colores para el desarrollo de las postales es dos, lo cual se ajusta al nivel presupuestario requerido.

2.3.4. Imágenes:

Las imágenes presentes en las postales son nada más que los “paisajes” formados por postales, que son tres diferentes. En uno de los casos se utilizaron imágenes de plantas reales mezcladas con fractales, y en los otros dos, sólo hay presencia de fractales.

2.3.5. Tipografía: Bank Gothic.

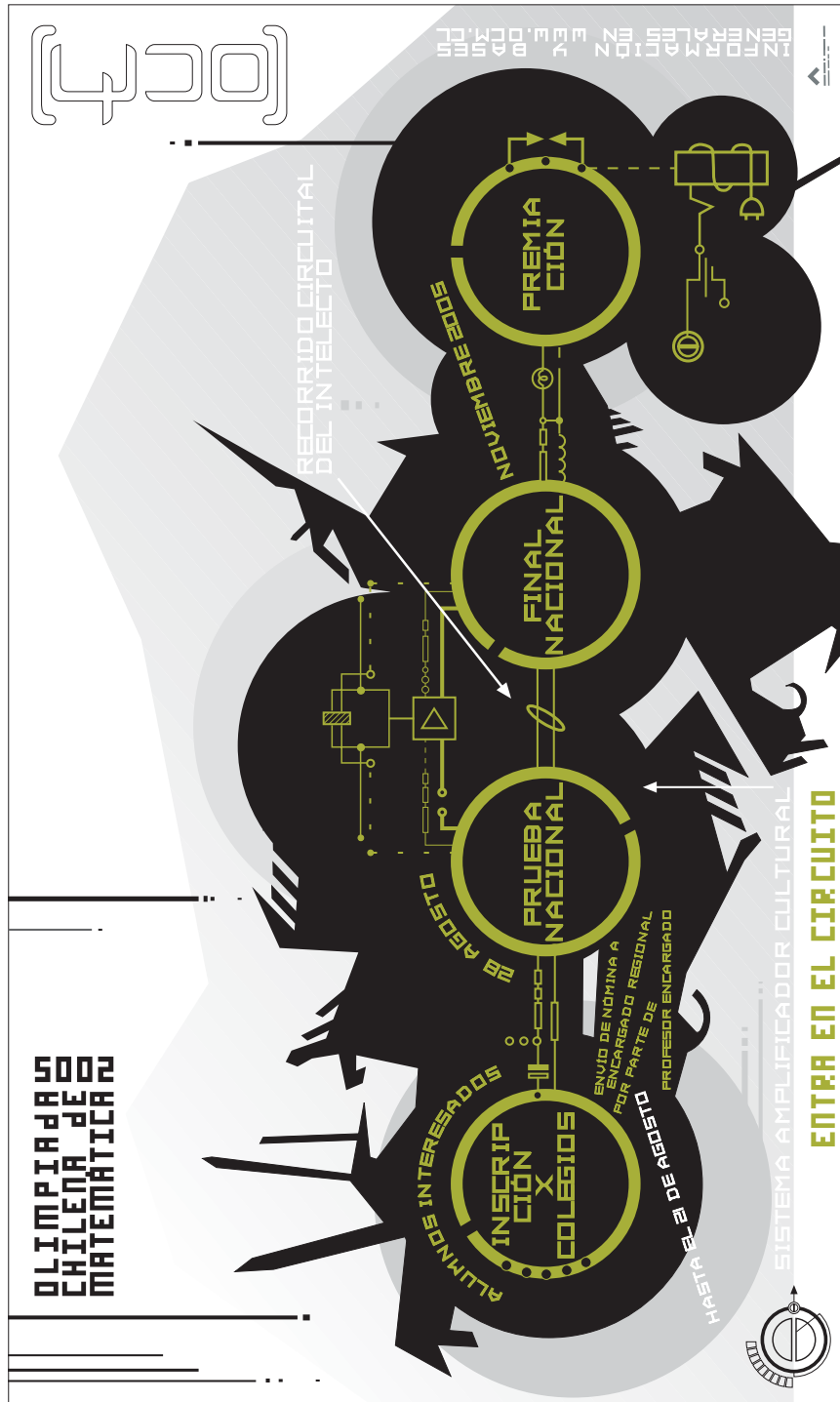
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Se eligió esta tipografía debido a su estructura lineal recta, ya que permite una mejor legibilidad, ya que es importante captar el contenido del mensaje.

Según lo observado en piezas para público joven, se ha definido que no existen parámetros definidos con respecto al uso tipográfico, dependiendo éste de otros factores, como por ejemplo el tema del mensaje que se pretende comunicar. En este caso es importante resaltar el aspecto de tecnológico y moderno, pretendiendo en cierta medida, provocar un quiebre entre imagen y elementos gráficos.

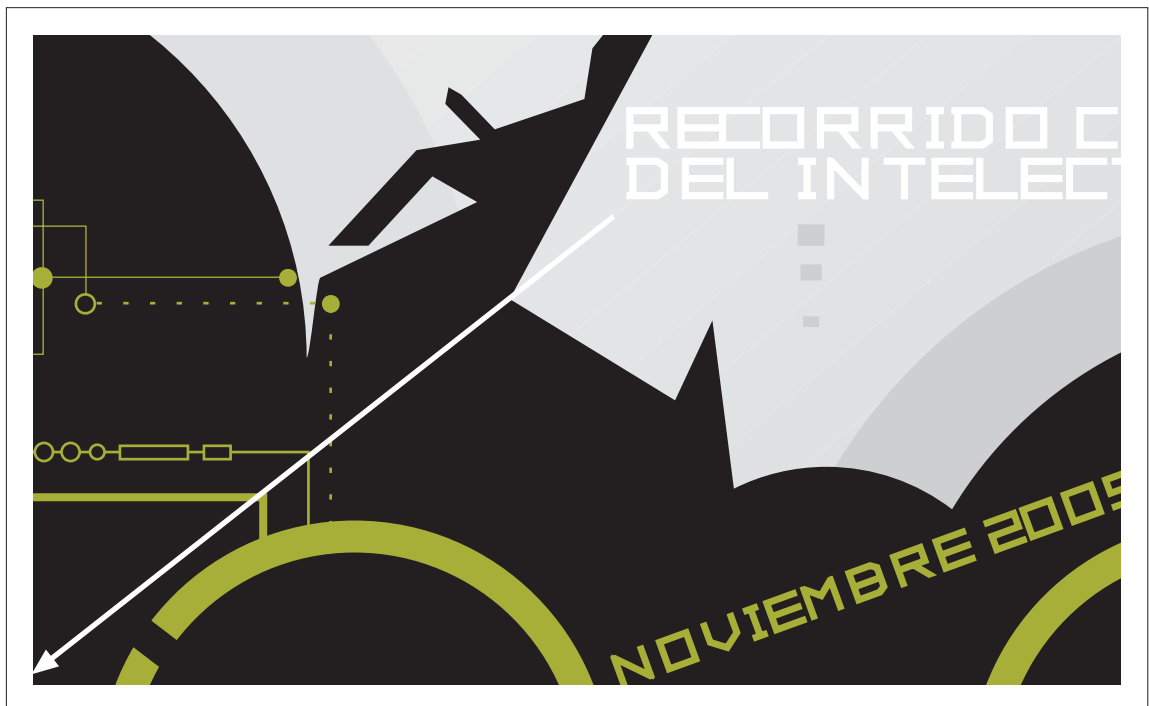
3. AFICHE.

3.1. Presentación de Alternativa Final.



38% del tamaño real

Detalles al 100% del tamaño.



3.2. Plano Semántico.

La aparición del afiche es en las semanas previas a la presentación de la lista por parte de cada colegio de los alumnos que entrarán a participar en la prueba de selección nacional.

La idea es captar la atención de los alumnos para que se sientan más motivados a participar por medio de un llamado directo a “entrar en el circuito”, y en general, para que estén todos enterados de la existencia de la actividad, y a grandes rasgos de las diferentes etapas de ésta.

La información relevante es la de los pasos a seguir en todo el proceso olímpico, y se entrega a través de la idea de un circuito. Luego, en un segundo plano, se presenta la información sobre las fechas de cada etapa.

En un tercer plano, aparecen descripciones de la actividad, invitándose a formar parte de un sistema cultural y a recorrer el intelecto, a través de términos usados en sistemas de circuitos electrónicos. Las imágenes del circuito también fueron sacadas de un libro de electrónica.

En último plano, se hace referencia a la página Web, sitio donde se puede acceder a la información completa.

3.3. Plano Sintáctico.

3.3.1. Formato:

El afiche mide 50 x 30 cms. Se procura que no sea demasiado grande, para lograr un acercamiento físico del receptor al mensaje, con el objetivo de destacar los elementos micro presentes en el circuito. Además de las razones presupuestarias ya mencionadas, ya que el tamaño es conveniente con respecto a los pliegos de papel en imprentas.

3.3.2. Diagramación:

En el afiche se usa la horizontalidad para exponer los elementos del circuito, de modo que los cuatro principales (inscripción, prueba nacional, final nacional y premiación) quedan dispuestos en forma lineal.

Las fechas están dispuestas cerca del elemento principal, de modo similar al explicativo de una figura cualquiera presente en un libro de ciencias. Algunos textos explicativos se encuentran formando parte de la imagen, fusionándose formalmente con esta, ya sea en modo circular o rectas en diagonal. Se dispone el uso de flechas para indicar a qué se refieren los textos de apoyo (“sistema amplificador cultural” y “recorrido circuital del intelecto”), siguiendo los cánones de los esquemas explicativos en los libros de ciencias.

La marca está presente en el extremo superior derecho, de forma vertical, y en el otro extremo se encuentra el título “Olimpiada Chilena de Matemática 2005”, con el objeto que destaquen fuera del esquema circuital.

3.3.3. Color:

Los colores usados son el negro para los fondos y el Pantone 390 U para los elementos del circuito, de modo que resalten en contraste con el negro. Se hace una manipulación del color a través de los tonos, para dar la sensación de una mayor gama cromática, y lograr que se perciba menos plano. La elección de estos dos colores se debe a que son los principales de la línea gráfica, y no se utilizan más que dos debido a razones presupuestarias.

Las tipografías están en blanco para el caso de los textos de apoyo, y Pantone 390 U para los mensajes principales.

3.3.4. Imágenes:

Las imágenes utilizadas para el fondo están hechas en base a formas geométricas cualesquiera.

La imagen del circuito está hecha en base a los esquemas e imágenes que aparecen en el libro “Elementos de Electrónica”.

3.3.5. Tipografía:

ALPHA, tamaño 18 pts para los títulos principales, de 12 a 14 para los secundarios, 9 para terciarios, y 16 y 17 para los textos de apoyo.

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

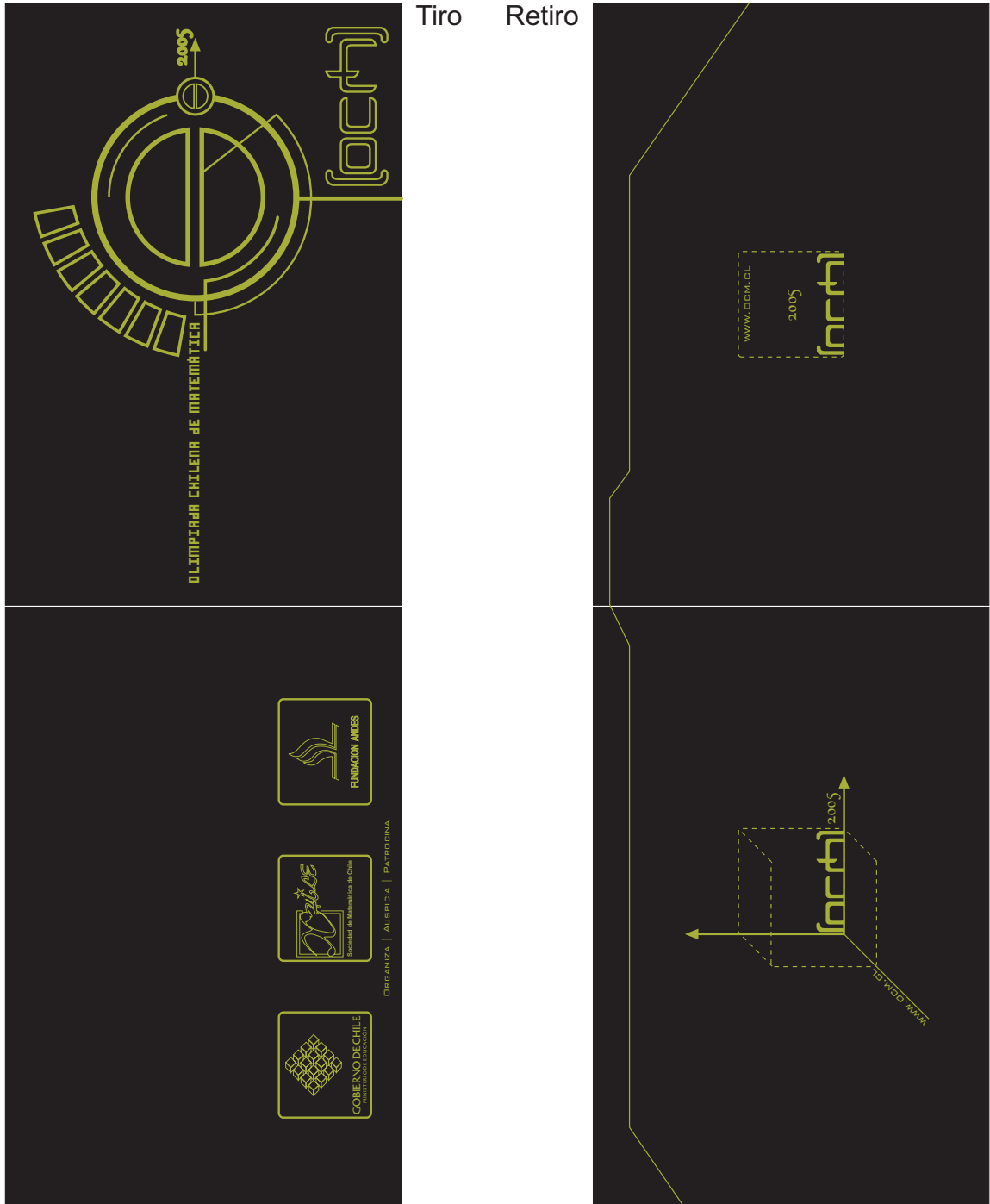
SUPERWEB, para el llamado (“entra en el circuito”), y para el título, de modo que destaquen del resto de los textos, ambos en tamaño 24 pts.

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

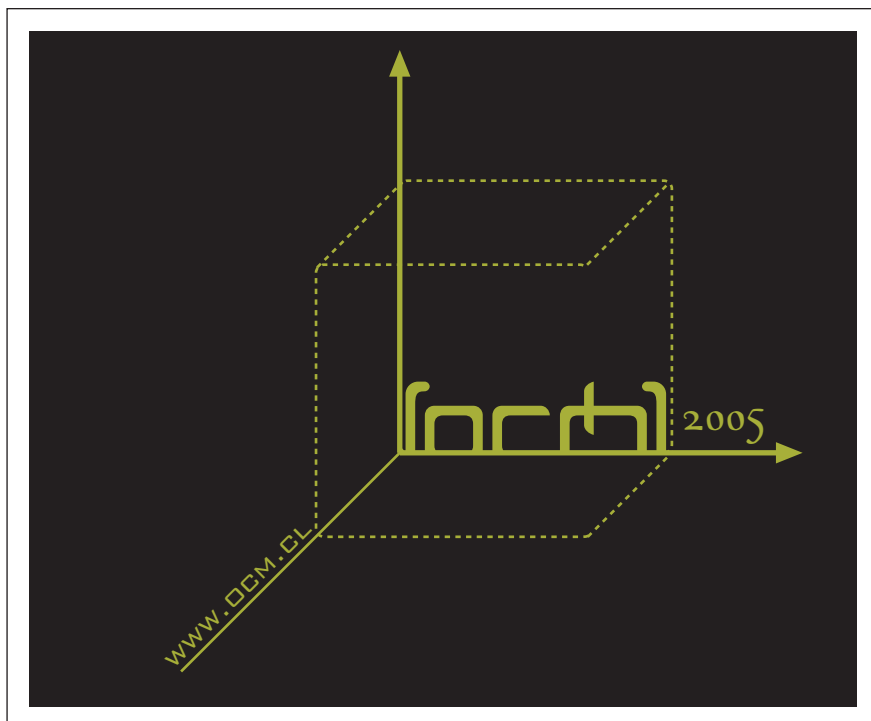
4. FOLLETO.

4.1. Presentación de alternativa.

Tapas al 45% del tamaño real



Detalles de las tapas al 100%



-COMISIONES DE LA OLIMPIADA CHILENA DE LA MATEMATICA

COMISION ORGANIZADORA NACIONAL
 Presidente
 Dr. Samuel Navarro
 Universidad de Santiago de Chile
 Casilla 136
 Fono: 56 2 6812900 - Fax: 56 2 6813125

COMISION ACADÉMICA
 Presidente
 Dr. Sergei Trofimchuk
 Universidad de Talca

INFORMACIONES GENERALES

SOCIEDAD DE MATEMÁTICA DE CHILE
 Dirección: Canadá 253 Dpto. F, Providencia
 - Santiago
 Fono: 02 - 3412723 - Fax: 02 - 3432438
 e-mail: info@socmat.cl
 Página web: <http://www.mat.puc.cl/~socmat>

MINISTERIO DE EDUCACIÓN
 Unidad de Deporte y Tiempo Libre Escolar
 Fonos: 02 3904461 - 02 3904462
 e-mail: ofermanuez@mineduc.cl
 Página web: <http://www.mineduc.cl>
<http://www.educarchile.cl>

5002 ○○○○

10

-INTRODUCCION

Las Olimpiadas de Matemática procuran incentivar en los jóvenes el desarrollo de sus potencialidades y la ampliación de horizontes científicos y culturales. Uno de los objetivos de la Olimpiada es la detección y apoyo a jóvenes talentosos que puedan ancauzar adecuadamente su gusto por la Matemática.

La Sociedad de Matemática de Chile, organismo que agrupa a la mayoría de los investigadores nacionales en el área, ha organizado esta competencia en el área, desde el año 1989. El interés originado en los establecimientos de enseñanza media, en los profesores y estudiantes, y el alto impacto en la difusión de la Matemática en el país, ha motivado a la Sociedad a continuar con esta actividad de difusión de la matemática en la juventud. Es así como en el 2005 nos vemos enfrentados a la décimo séptima versión.

La competencia está dirigida básicamente a estudiantes de Enseñanza Media, sin desear la posible participación de estudiantes de los niveles séptimo y octavo de



5002 ○○○○

11

Región Metropolitana:

Gonzalo Riera - Sara Inostroza
 P. Universidad Católica,
 Facultad de Matemática,
 Casilla 306, Correo 22, Santiago,
 e-mail: sara@mat.puc.cl
 Fono: 02 6864511

Máximo González
 Universidad de Santiago de Chile,
 Dpto. de Matemática,
 Casilla 307, Correo 2, Santiago,
 e-mail: mgonzalez@fermat.usach.cl
 Fono: 6811687

Miguel Montenegro
 Universidad Tecnológica
 Metropolitana,
 Av. José Pedro Alessandri 1242,
 Ñuñoa, Santiago,
 e-mail: miguelmontenegro@utem.cl
 Fono: 7877129

5002 ○○○○

11

Enseñanza Básica. Los problemas que han de ser resueltos en las diversas instancias de la Olimpiada intentan descubrir habilidades especiales para la Matemática en los jóvenes en lugar de medir exclusivamente conocimientos.

Son invitados a participar en la Olimpiada Chilena de Matemática 1500 establecimientos de todas las regiones del país. Los participantes en la prueba de Selección Nacional han sido en promedio 3000 estudiantes entre los 14 y los 18 años de edad. A la Final Nacional llegan en promedio 150 estudiantes.

Colaboran en la difusión y organización del evento todas las Universidades del Consejo de Rectores y se cuenta con el auspicio del Ministerio de Educación de Chile. El Ministerio apoya directamente la Olimpiada a través de la Unidad de Deporte y Tiempo Libre Escolar.



-ETAPAS DE LA OMC

30

5002 ○○○○

(X)

-Selección por establecimiento (hasta 21 de agosto): Cada establecimiento selecciona a lo más siete alumnos que participen en la etapa de clasificación nacional. Los establecimientos con más de mil alumnos en Enseñanza Media podrán seleccionar a lo más diez estudiantes. Los establecimientos con menos de mil alumnos podrán seleccionar a lo más siete estudiantes. En cualquiera de los dos casos se debe inscribir al menos a tres alumnos que al 31 de diciembre del 2005 tengan menos de 16 años. De esta forma la Olimpiada Nacional quedará dividida en dos categorías:

-Clasificatoria Nacional (28 de agosto): Participan los alumnos seleccionados por sus respectivos establecimientos. La Clasificación Nacional se hace sobre la base de una prueba escrita de desarrollo que se aplica en sedes designadas por los Encargados Regionales, a las 13:30 hrs. En esta etapa se seleccionan a lo más 20 estudiantes que serán los finalistas.

-Final Nacional (Noviembre 2005): Consiste en una prueba escrita de desarrollo, la que define a los ganadores de la Olimpiada. Esta etapa se realiza en la sede que la Comisión Nacional fije oportunamente.

5002 ○○○○

(X)

X Región:
 Jorge Wevar
 Universidad de Los Lagos,
 Dpto. de Ciencias Exactas,
 Casilla 933, Osorno.
 e-mail: jwebar@ulagos.cl
 Fono: 64 205374
 Fax: 64 239517

XI Región:
 Víctor Alvarado
 Universidad Austral,
 Instituto de Matemática,
 Casilla 567, Valdivia.
 e-mail: valvadar@uach.cl
 Fono: 63 221016
 Fax: 63 221828

XII Región:
 René Cárdenas - Julio Hemández
 Universidad de Magallanes,
 Departamento de Matemática,
 Casilla 113-D, Punta Arenas.
 e-mail: jhernand@ona.fi.umag.cl
 Fono: 61 212945
 Fax: 61 229347

01

-ETAPAS DE LA OMC

90

5002 ○○○○

(✓)

1. Podrán participar estudiantes de nacionalidad chilena de cualquier establecimiento no universitario del país.

2. Cada establecimiento selecciona a lo más siete alumnos que participen en la etapa de clasificación nacional. Los establecimientos con más de mil alumnos en Enseñanza Media podrán seleccionar a lo más diez estudiantes. La selección de sus participantes es de exclusiva responsabilidad de cada establecimiento. En todo caso, el método de selección deberá ser a través de una prueba escrita de desarrollo que se aplica en su respectivo establecimiento escolar y que mida básicamente: comprensión y enunciados; capacidad de relacionar; habilidades básicas de cálculo; capacidad de observar; intuición geométrica y algebraica y capacidad de razonamiento lógico. En todas las formas se debe inscribir al menos a tres alumnos que al 31 de diciembre del 2005 tengan menos de 16 años. Así, la Olimpiada Nacional quedará dividida en dos categorías:

Categoría A: Alumnos nacidos en los años 89 o inferiores.

Categoría B: Alumnos nacidos en los años 90 o superiores.

5002 ○○○○

(✓)

VII Región:
 Juanita Contreras
 U. de Talca, Departamento de Matemática Aplicada,
 Casilla 747, Talca.
 e-mail: jcontras@utalca.cl
 Fono: 71 200313 - 71 200351

VIII Región:
 José Aguayo
 U. de Concepción, Departamento de Métodos Matemáticos,
 Casilla 3-C, Concepción.
 e-mail: jaguayo@udec.cl
 Fono: 41 204969 Fax: 41 251529

IX Región:
 Elena Monsalve Prieto-Marcía Vidal
 U. de La Frontera,
 Departamento de Matemática,
 Av. Francisco Salgado 145, Temuco.
 e-mail: emonsal@ufron.cl
 Fono: 45 325000

40

5002 ○○○○

IV Región:
Casilla 1280, Antofagasta
e-mail: emuñoz@socompa.ucn.cl
Fono: 55 - 241198

V Región:
Catalina Cvitanic
Universidad de La Serena,
Departamento de Matemática,
Benavente 980, La Serena
e-mail: cvitanic@userena.cl
Fono: 51.204238 - 204103

VI Región:
Oswaldo Navarro
(Paulina Bagnara)
Sede Viña del Mar
Universidad Santa María
Av. Federico Sta. María 6090
(Camino Troncal, Canal Chacao)
e-mail: paulina.bagnara@usm.cl
Fono: 32 2777980 Fax: 32 277712

VII Región:
Oscar Muñoz Yáñez
San Fernando College
Departamento de Matemática,
Valdivia 1012. San Fernando

50

3. Cada establecimiento deberá designar un profesor de matemática que sea el coordinador entre el establecimiento y la Sociedad de Matemática de Chile. Es responsabilidad de cada establecimiento el al **Encargado Regional** respectivo la nómina total de los estudiantes que participarán en la prueba nacional. Esta nómina deberá ser enviada antes del 21 de agosto de 2005. Para estos efectos se adjunta el formulario de inscripción y el formulario de inscripción para participar en la competencia (de \$35.000 (treinta y cinco mil pesos) por establecimiento. Se puede cancelar directamente al Encargado Regional o depositar en la cuenta 136301 del Banco Estado a nombre de Sociedad de Matemática de Chile. Se debe adjuntar copia del recibo de depósito junto a la nómina.

4. En la etapa clasificatoria nacional participan los alumnos seleccionados por sus respectivos establecimientos. La inscripción debe ser enviada antes de la fecha de una prueba escrita de desarrollo que se aplica en sedes designadas por los Encargados Regionales. En esta etapa se selecciona a los más ciento veinte estudiantes que serán los finalistas.

5002 ○○○○

+

5002 ○○○○

VIII Región:
Las pruebas de Clasificación Nacional y Final son elaboradas por la Comisión Académica Olímpica, la cual es nominada por la Sociedad de Matemática de Chile. Estas pruebas miden comprensión de enunciados, capacidad de relacionar, observar, inferir, aplicar, analizar y de observar, intuición geométrica y algebraica; y capacidad de encontrar analogías. Es responsabilidad de los Encargados Regionales la corrección de la prueba de Clasificación Nacional y de la selección de alumnos que representarán a la región en la final nacional. La evaluación y selección de los ganadores de la etapa final es responsabilidad de la Comisión Académica Olímpica.

6. Los seleccionados a nivel nacional reciben un Diploma de Honor y podrán, eventualmente, ser premiados por los Encargados Regionales correspondientes.

7. **Nota Importante:** La finalidad de esta competencia no es establecer un ranking entre las distintas instituciones, profesores o grupos de estudiantes participantes. Todos los datos obtenidos serán confidenciales y de uso exclusivo de Comisión Nacional de la Olimpiada.

8. **Actividades para los profesores:** En cada región, el día de la prueba final, los profesores de matemática de las instituciones o grupos de estudiantes participantes que deseen acompañar a sus alumnos y también para aquellos profesores que quieran asistir. La entrada a las actividades es libre.

70

5002 ○○○○

+

ENCARGADOS REGIONALES

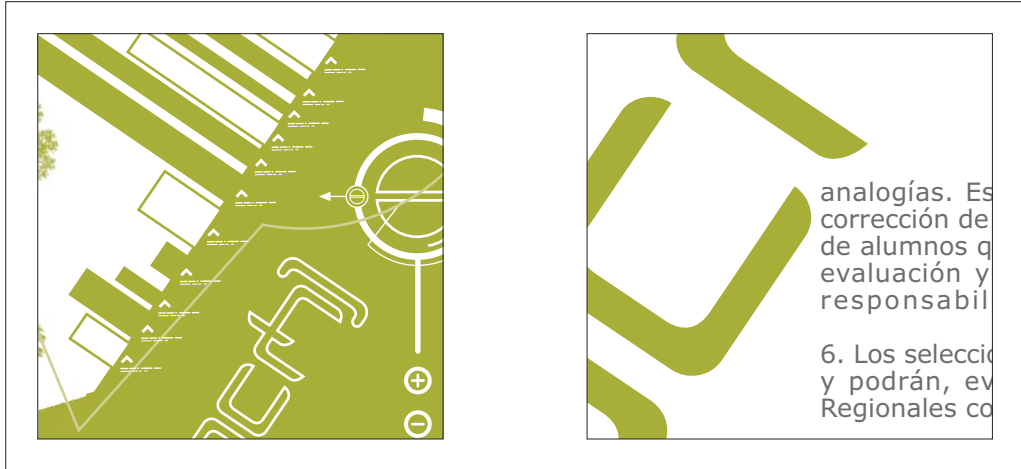
I Región:
Los Encargados Regionales, que se indican más abajo son académicos representantes de la Sociedad de Matemática de Chile y tienen a su cargo, la organización del evento en sus respectivas regiones

Rigoberto Beltrán,
Universidad de Tarapacá,
Departamento de Matemática,
Av. 18 de septiembre 2222, Arica.
e-mail: rbeltran@uta.cl
Fono: 58 205826 Fax: 58 205822

II Región:
Antonio Matras,
Universidad Arturo Prat,
Dpto. Física y Matemática,
Av. 11 de Septiembre 2120,
Iquique.
e-mail: amatras@cec.unap.cl
Fonos: 57 447070 - 57 441009

III Región:
Eduardo Muñoz,
Universidad Católica del Norte,
Departamento de Matemática.

Detalles del interior al 100%



4.2. Plano Semántico.

El folleto es uno de los medios utilizados actualmente para difundir información respecto de las Olimpiadas Chilenas de Matemática es el folleto. En él se encuentra una breve descripción de la actividad, además de las bases a modo de explicación de cómo participar y los contactos de Chile entero.

Esta pieza, por tanto, pretende, en lo más relevante, entregar la información detallada con respecto a la Olimpiada Nacional de Matemática. Debido a esto, la imagen funciona como apoyo al texto, pero destaca de todas formas con respecto al tamaño, ya que se pretende que el usuario reconozca la línea gráfica en la totalidad de las piezas que estructuran la estrategia comunicacional.

El folleto se reparte a los profesores encargados de los colegios, para que ellos lo distribuyan entre sus alumnos inscritos para participar. Para este proyecto se calcula una cantidad promedio de 15 folletos por colegio, variando según la cantidad de alumnos, y teniendo en cuenta que es para alumnos de 1° a 4° medio (más algunos de 7° y 8°).

Debido al bajo presupuesto que se obtiene actualmente para el desarrollo de piezas gráficas en el ámbito de las Olimpiadas de Matemática en nuestro país, se ha desarrollado para una primera etapa (año 2005) un folleto a dos colores.

Se escogió una forma simple y clásica, guardando la horizontalidad característica de los soportes, dada por la horizontalidad de marca.

4.3. Plano Sintáctico.

4.3.1. Formato:

El folleto está compuesto de tres cuartillas de 41 x 13.5, es decir, 12 páginas de 20.5 x 13.5, con tapas en papel brillante y corchetes en el lomo.

4.3.2. Diagramación:

La tapa del folleto contiene una imagen en la parte central, hacia la derecha, de un elemento gráfico análogo a una figura típica geométrica y moderna a la vez, evocando a elementos de la electrónica también. En esta parte de la pieza, aparece la marca en modo lineal en el extremo inferior izquierdo, de modo que quede aire hacia los costados izquierdos. El título aparece en el centro, a la izquierda de la imagen, por lo que pasa a ser la información relevante. Finalmente el año aparece centrado pero al otro extremo, el derecho, sobre una flecha que bien puede representar el paso del tiempo y que como está en dirección de izquierda a derecha, también representa evolución y superación.

En el retiro de la tapa, es decir, la parte interior de la portada, aparece nuevamente la marca, encapsulada en una típica forma de esquema geométrico, y como parte del esquema, la dirección de la página Web.

Nuevamente se repite la marca en la parte del retiro de la contraportada, encapsulada en un rectángulo, junto con el año y dirección de página Web.

Se optó repetir varias veces la imagen de marca, ya que se trata de lograr que el usuario la retenga en la memoria.

Finalmente, en la contraportada, la imagen de marca de los auspiciadores, para destacar a quienes aportan a hacer posible el desarrollo de la actividad.

El interior del folleto se ha dividido en dos páginas madres. La primera, perteneciente al lado izquierdo, contiene un bloque o columna de texto a la derecha, y a la izquierda la marca OCM en diagonal, cortada en la parte superior por una recta del mismo color que funciona como marco.

El lado derecho de la cuartilla del folleto contiene también una columna de texto, ubicado a la izquierda de la página, y a la derecha se disponen las imágenes

de un árbol hecho íntegramente por fractales, y un fondo en color, hecho con líneas rectas y diagonales, haciendo de fondo a la imagen del árbol, con estructuras similares a edificios, evocando la idea de paisaje urbano, y, para completar, con contenidos de símbolos matemáticos y circuitales.

4.3.3. Color:

El folleto es a dos colores, el negro para el texto (en 70%) y el Pantone 390 U para las imágenes.

Las tapas están en color negro de fondo y Pantone 390 U para las imágenes.

4.3.4. Imágenes:

Formas geométricas para el fondo y un fractal con forma de árbol, además de la marca en las páginas de la izquierda, que actúa como imagen.

Esquemas geométricos y circuitales para las imágenes de las tapas.

Símbolos matemáticos para darle al folleto el contexto de la rama a la cual pertenece.

Elementos de apoyo visual para aportar al plano un sentido esquemático.

4.3.5. Tipografía:

La tipografía usada para el folleto es la Verdana, en tamaño 9.5 pts.

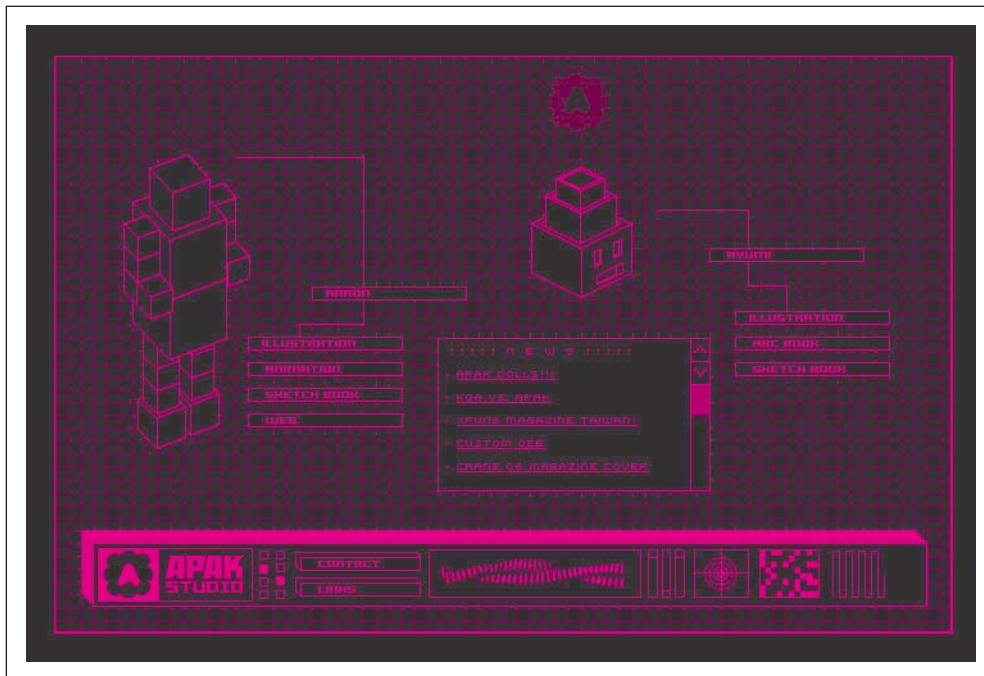
Para los títulos se usó la SUPERWEB, de modo que destaquen ante el resto de los elementos.

4.4. Referentes Tipográficos para las piezas gráficas:

A continuación, algunas imágenes asociadas a conceptos juveniles, modernos y electrónicos en las que se destaca el uso de tipografías pertenecientes a las familias tipográficas o similares a las utilizadas para el desarrollo de las piezas gráficas de la Olimpiada Chilena de Matemática 2005: Bank Gothic; ALPHA; Verdana y SUPERWEB.

En algunos casos puede apreciarse el uso de los elementos secundarios (micro) para los esquemas de páginas Web.

Sitio en Internet de diseño: www.apazstudio.com



Tipografía recta y pixelada, similar a la SUPERWEB

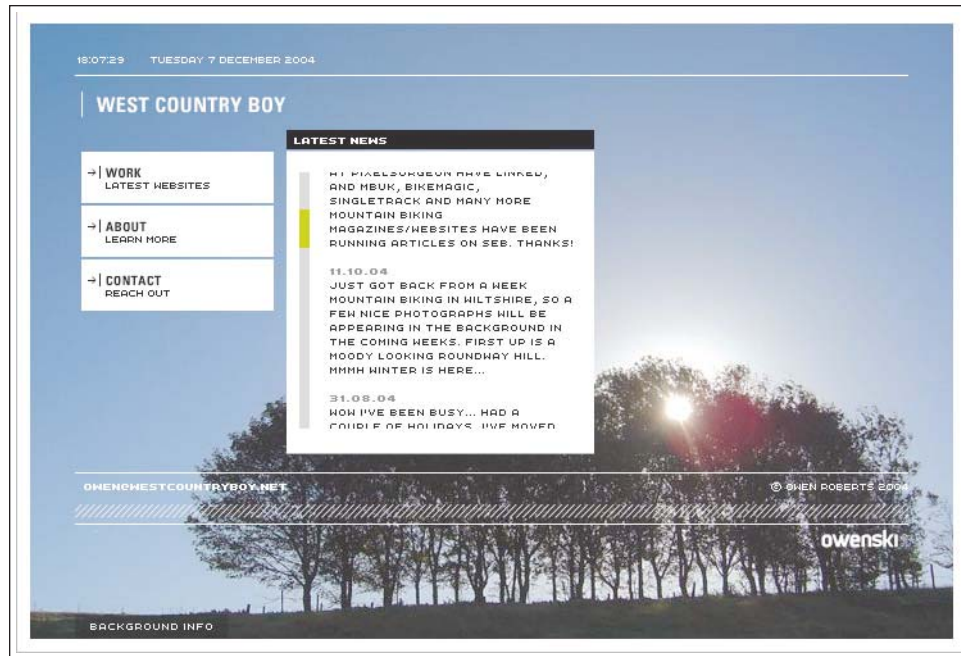
Dirección: www.pixelshit.net



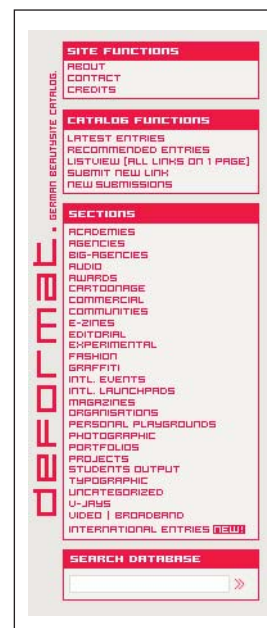
Dirección: www.tnot.com



Dirección: www.westcountryboy.net



Dirección: www.deformat.net



5. PÁGINA WEB.

5.1. Presentación de la Alternativa final.

a) Página de Inicio, al 50% del tamaño.

OCM
QUÉ ES | CÓMO PARTICIPAR | BASES GENERALES | ENCARGADOS REGIONALES

23 Nov 2004 - Prueba Final Nacional con sede en Santiago

06 Nov 2004 - Publicados los puntajes de la quinta fecha del campeonato de Santiago y de la segunda fecha del campeonato de Rancagua

02 Nov 2004 - Prueba recuperativa (individual y equipos) del campeonato escolar de Santiago. Se realizará en la Universidad de Santiago, a las 14:00 horas

26 Oct 2004 - La información sobre el nuevo Campeonato Escolar de Rancagua será publicada en este sitio. Este se realiza en forma paralela al Campeonato de Santiago

01 Ago 2004 - Habilitado el servicio de correo electrónico

09 Jul 2004 - Clases de preparación en la USACH todos los días miércoles de 18:30 a 20:30

CLASES
¿Necesitas clases particulares de matemática?
Si deseas, hacer clases registrarte acá

BUSCADOR

SUSCRÍBETE
Lista de correos de OCM

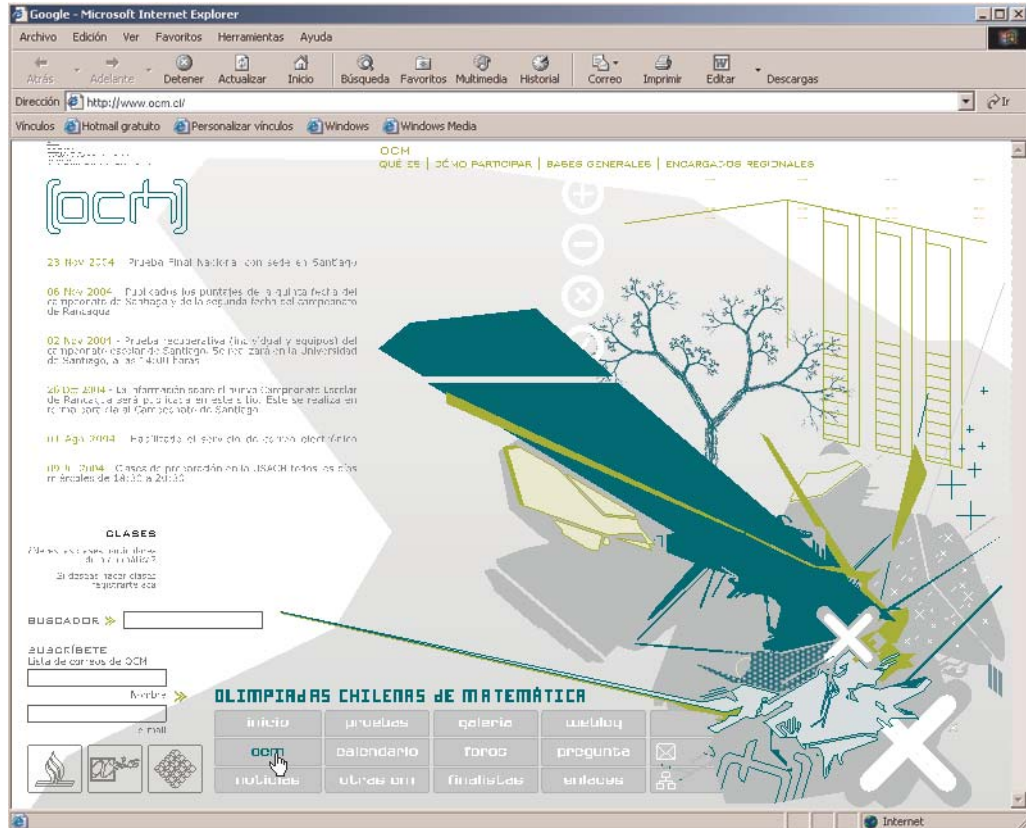
Nombre
e-mail

OLIMPIADAS CHILENAS DE MATEMÁTICA

inicio pruebas galería weblog
OCM calendario foros pregunta
noticias otras om finalistas enlaces

92

- Ejemplo con Explorador.



- Detalles






CADOR >>

CRÍBETE
de correos de OCM

Nombre >>


e-mail

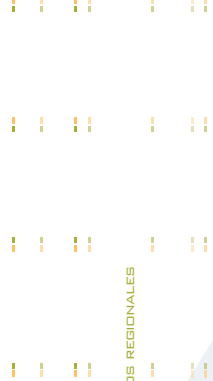
OLIMPIADAS CHI

inicio	pru
ocm	cale
noticias	otra

b) Pantallazo 1, bases generales, al 50%.



OCM
QUÉ ES | CÓMO PARTICIPAR | BASES GENERALES | ENCARGADOS REGIONALES



1. Podrán participar estudiantes de cualquier establecimiento educacional de Chile no universitario.

2. Cada establecimiento selecciona a lo más siete alumnos que participan en la etapa de clasificación nacional. Los establecimientos con más de mil alumnos en Enseñanza Media podrán seleccionar hasta diez estudiantes. La selección de sus participantes es de exclusiva responsabilidad de cada establecimiento. Se recomienda que el método sea una competencia celebrada dentro de su respectivo establecimiento escolar y que mida básicamente: comprensión de enunciados; capacidad de relacionar; **habilidades básicas** de cálculo; capacidad de observar; intuición geométrica y algebraica y capacidad de encontrar analogías. Se debe inscribir al

menos a tres alumnos que al 31 de diciembre de 2003, tengan menos de 16 años. Así, la Olimpiada Nacional quedará dividida en dos categorías:

Categoría A: Alumnos nacidos en los años 87 o inferiores.

Categoría B: Alumnos nacidos en los años 88 o superiores.

3. Cada establecimiento deberá designar un profesor de matemática que sea el coordinador entre el establecimiento y la Sociedad de Matemática de Chile. Es responsabilidad de este coordinador enviar la nómina total de los estudiantes que participarán en la prueba nacional al Encargado Regional respectivo. Esta nómina deberá ser enviada antes del 21 de agosto de

2004. Para estos efectos se dispondrá de una ficha de inscripción.

4. En la etapa clasificatoria regional participan los alumnos seleccionados por sus respectivos establecimientos. La Clasificación Nacional se hace sobre la base de una prueba escrita de desarrollo que se aplica en sedes designadas por los Encargados Regionales. En esta etapa se selecciona a ciento veinte estudiantes que serán los finalistas.

5. Las pruebas de Clasificación Nacional y Final son elaboradas por la Comisión Académica Olímpica, la cual es nominada por la Sociedad de Matemática de Chile. Estas pruebas miden comprensión de enunciados, capacidad de relacionar, habilidades básicas de cálculo, capacidad

de observar, intuición geométrica y algebraica; y capacidad de encontrar analogías. Es responsabilidad de los Encargados Regionales la coordinación de la prueba de Clasificación Nacional y de la selección de alumnos que representarán a la región en la final nacional. La evaluación y selección de los ganadores de la etapa final es responsabilidad de la Comisión Académica Olímpica.

6. Los seleccionados a nivel nacional reciben un Diploma de Honor y podrán, eventualmente, ser premiados por los Encargados Regionales correspondientes.

7. Nota importante: La finalidad de esta competencia no es establecer un ranking entre distintas instituciones, profesores o grupos de

CLASES

¿Necesitas clases particulares de matemática? Si deseas, hacer clases registrarte acá

BUSCADOR


SUSCRÍBETE
Lista de correos de OCM

Nombre

e-mail

OLIMPIADAS CHILENAS DE MATEMÁTICA

inicio	pruebas	galería	weblog
ocm	calendario	foros	pregunta
noticias	otras ocm	finalistas	enlaces



c) Pantallazo 2, Olimpiada Iberoamericana, al 50%

OTRAS OLIMPIADAS DE MATEMÁTICA
IBEROAMERICANA | INTERNACIONAL | CUENCA DEL PACÍFICO | MAYO | PACÍFICO SUR | RIOPLATENSE

DESCARGAR
pdf
ps

b) Que no hayan participado anteriormente en dos OIM.

Proceso de selección.

Resultados obtenidos.

Pruebas de años anteriores.

Página Oficial de OIM.

Equipo 2004.

CLASES
¿Necesitas clases particulares de matemática? Si deseas, hacer clases registrarte acá

BUSCADOR >>

SUSCRÍBETE
Lista de correos de OCM

Nombre >>
e-mail >>

OLIMPIADAS CHILENAS DE MATEMÁTICA

inicio	pruebas	galeria	weblog
ocm	calendario	foros	pregunta
noticias	otras oim	finalistas	enlaces

d) Pantallazo 3, Olimpiada Iberoamericana, al 50%

OTRAS OLIMPIADAS DE MATEMÁTICA
IBEROAMERICANA | INTERNACIONAL | CUENCA DEL PACÍFICO | MAYO | PACÍFICO SUR | RIOPLATENSE

La Olimpiada Iberoamericana de Matemática invita a participar a todos los países de habla hispana y portuguesa en Sudamérica, América Central, además de México, España y Portugal. La entidad encargada de su realización es la OEI (Organización de Estados Iberoamericanos).

Se realizó por primera vez el año 1987 en Uruguay, y desde entonces se realiza todos los años. La última versión fue celebrada entre los días 16 y 27 de septiembre en Catiellón, España.

Los equipos participantes deben ser de 4 miembros por país:

a) Que no hayan cumplido los 18 años de edad el 31 de diciembre del año inmediatamente anterior a la celebración de la Olimpiada.

CLASES
¿Necesitas clases particulares de matemática? Si deseas, hacer clases registrarte acá

BUSCADOR >>

SUSCRÍBETE
Lista de correos de OCM

Nombre >>
e-mail >>

OLIMPIADAS CHILENAS DE MATEMÁTICA

inicio	pruebas	galería	weblog
ocm	calendario	foros	pregunta
noticias	otras oim	finalistas	enlaces

b) Que no hayan participado anteriormente en dos OIM.

Proceso de selección.

Resultados obtenidos.

Pruebas de años anteriores.

Página Oficial de OIM.

Equipo 2004.

1) La Comisión encargada de seleccionar los equipos que representarán a Chile en la Olimpiada Iberoamericana de Matemática debe elaborar un ranking con la clasificación y puntuación de todos los alumnos participantes del proceso en cada uno de los siguientes pasos:

- Resultado de la OCM
- Pruebas de Selección
- Listas de Entrenamiento

2) La Comisión envía esos datos con una sugerencia de equipos para que sea revisado por la Comisión Nacional Olímpica, la cual puede aprobar o sugerir las modificaciones que consideren adecuadas. En el caso que no haya acuerdo entre las Comisiones, será la Comisión Nacional Olímpica la que tenga la última palabra.

3) Después de definir los equipos, la Comisión Académica Nacional enviará a todos los participantes del proceso de selección una carta con los resultados de los dos primeros pasos.

4) Si las Comisiones lo estiman conveniente, pueden tener en consideración los resultados de estudiantes en Olimpiadas anteriores o pruebas de selección y listas de preparación para otras Olimpiadas.

e) Pantallazo 4, pruebas, al 50%

OCM

OLIMPIADAS CHILENAS DE MATEMÁTICA

PRUEBAS OCM | PRUEBA NACIONAL | FINAL NACIONAL | PRUEBAS CON SOLUCIONES | PRUEBAS DE PRÁCTICA | PROBLEMAS ABIERTOS

NIVEL A

DESCARGAR

pdf ps

NIVEL B

1989 1989 1990 1990 1992 1992 1996 1996 1999 1999 2001 2001 2002 2002 2000 2000 1997 1997 1998 1998 1995 1995 2003 2003 2004 2004

todas todas

OLIMPIADAS CHILENAS DE MATEMÁTICA

inicio	pruebas	galería	weblog
ocm	calendario	foros	pregunta
noticias	otras ocm	finalistas	enlaces

CLASES




¿Necesitas clases particulares de matemática? Si deseas, hacer clases registrate acá

BUSCADOR >>

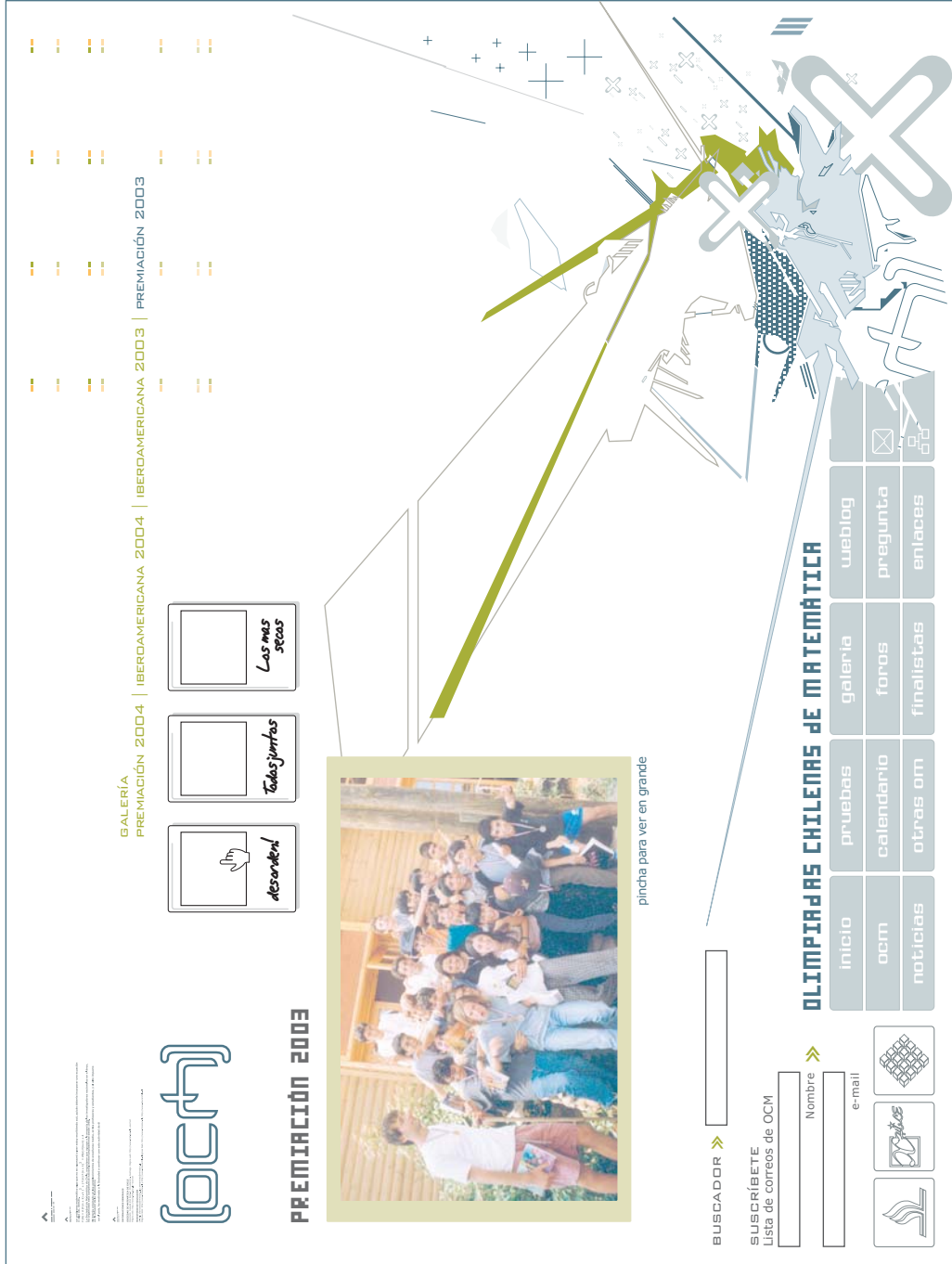
SUSCRÍBETE
Lista de correos de OCM

Nombre >>

e-mail >>

f) Pantallazo 5, galería de imágenes, al 50%



g) Pantallazo 6, enlaces, al 50%

OCM

CATEGORÍAS

MATEMÁTICA | ASTRONOMÍA | QUÍMICA | BIOLOGÍA | FÍSICA | MULTIMEDIA | ARQUITECTURA | ARTES | OTROS

ESPAÑOL | INGLÉS | PORTUGUÉS | OTROS

www.arakis.es
www.sectormatematica.cl
www.isme.es
www.oel.es/oim.htm
thales.cica.es

www.mathsisfun.com
www.aplusmath.com
archives.math.uk.edu
www.mathsyear2000.org
mathforum.org
www.mathsnet.net
www.nrich.maths.org.uk

COMPORTE

Aquí se encuentran los sitios propuestos por ustedes. [Ver](#)

Aporta con un sitio

Tu Nombre:

Nombre del Sitio:

Ubicación:

Idioma:

Reseña:

BUSCADOR

SUSCRÍBETE
Lista de correos de OCM

Nombre

 e-mail

OLIMPIADAS CHILENAS DE MATEMÁTICA

Inicio

OCM

noticias

pruebas

calendario

otras oim

galería

foros

finalistas

weblog

pregunta

enlaces

5.2. Plano Semántico.

Para el desarrollo de la página Web se ha optado por la simpleza de navegación, debido a que lo relevante de comunicar es la información con respecto a las Olimpiadas, y por otra parte, los accesos a las sesiones en que el usuario participa (foros, weblog, comparte, pregunta, navega)

Los botones principales son los siguientes:

- Inicio.
- OCM: Qué es, Cómo participar, Bases Generales, Encargado Regionales.
- Noticias.
- Pruebas: Prueba Nacional, Final Nacional, Pruebas con Soluciones, Pruebas de Práctica, Problemas Abiertos.
- Calendario.
- Otras OM: Iberoamericana, Internacional, Cuenca del Pacífico, Mayo, Pacífico Sur, Rioplatense.
- Galería (fotos de los encuentros)
- Foros.
- Finalistas (listado con los últimos finalistas y otros cuadros de honor)
- Weblog.
- Pregunta
- Enlaces (que además tiene la opción que el usuario pueda aportar con sitios)

Los botones fueron dispuestos todos en el mismo nivel comunicacional, guardando un orden lógico en lo que respecta a lo que cada uno conlleva. Se disponen en grupos de a tres, uno sobre otro, y cada grupo al lado del otro. Al principio, es decir, de izquierda a derecha, aparecen el botón de inicio, el de OCM que se refiere a la información con respecto a la actividad, y luego las noticias. Luego, en el segundo grupo, los botones que llevan a las pruebas, el calendario y otras OM (olimpiadas de matemática internacionales). En el tercer grupo, galería, foros y finalistas, y en el último grupo, weblog, pregunta y enlaces. Además, los íconos de un sobre para el contacto y de un esquema para el mapa de sitio.

Al pasar con el mouse por cada botón, aparece arriba, de derecha a izquierda, un texto refiriéndose a lo que aparece si se navega a través de ese botón. Por ejemplo, si se pasa sobre “OCM” aparece arriba los títulos: “qué es”, “cómo participar”, “bases generales” y “encargados regionales”. Con esto, el usuario sabe a qué se refiere específicamente cada botón, sin necesidad de acceder al enlace.

Cuando se “clickea” sobre un botón, los títulos se paralizan en el lugar donde aparecen, de modo que quedan funcionando como nuevos botones. Desde ahí, el usuario accede a la información que desee.

Si, por ejemplo, el usuario desea ver las “bases generales”, hace clic en la palabra y aparece en la misma página, al centro, el bloque de texto con la información del caso. El botón, entonces, queda automáticamente de otro color, para recordar en qué parte del sitio se está navegando.

Si la información no alcanza a caber en la página, aparece en la parte inferior del bloque de texto una barra con la cuál el usuario regula el movimiento del bloque completo de un lado a otro. El resto de la página permanece estático.

El texto se dispone en columnas, dado que es de más fácil lectura utilizar parámetros angostos para cada bloque. Se encuentra justificado a ambos lados para ser percibido como un rectángulo perfecto. Las columnas miden 250 puntos de largo por 210 de ancho, y se disponen en medio de la página, como elemento central.

El título Olimpiada Chilena de Matemática se sitúa justo sobre los botones principales, de modo de ser apreciado por el usuario en el momento que comienza a navegar por el sitio.

La marca se dispone en la parte izquierda superior de la página, ya que en la cultura occidental se lee de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo, de modo que sea percibida como elemento principal. Además en esa ubicación hace contrapeso visual con la imagen ubicada al costado derecho inferior, de modo que

la página se equilibra.

De todos modos, el mayor peso visual se da por la presencia de la imagen, que representa los conceptos usados para esta estrategia, además de otros como el dinamismo y el caos, de modo que haga contraste con los elementos esquematizados de la página.

Para la imagen se utilizaron también símbolos matemáticos y un fractal con forma de árbol, de modo de establecer un ambiente similar al de las postales y folletos, una especie de paisaje creado por conceptos intelectuales.

Los auspiciadores estables también aparecen en este sitio, pero de forma menos relevante. En la parte inferior izquierda se disponen los íconos sin su logotipo. Al pasar el mouse sobre ellos, aparece de qué se trata cada cuál, y al clickearlo se abre su sitio en una nueva página.

También se mantiene todo el tiempo en el sitio, un sector donde los usuarios pueden inscribirse a la lista de correos del sitio, de modo que les sea posible enviarles informaciones de último minuto a sus correos. El cuadro se dispone sobre los íconos de los auspiciadores.

En la página de inicio se destacan las últimas noticias relevantes de la actividad, de modo que destaquen en un principio, ya que son parte relevante de la información del sitio completo. Además, se puede tener acceso a noticias pasadas a través del botón “noticias”.

También en la página de inicio se destaca un acceso a un listado de personas interesadas en hacer clases particulares de matemática, de modo que el sitio también sea útil para quienes tienen problemas con el ramo matemático.

La página también posee un buscador, de manera que el usuario que busque algo específico y cuente con poco tiempo, pueda encontrarlo sin necesidad de recorrer la página.

Este sitio no contiene animaciones, pero tampoco es completamente estático, ya que la imagen de fondo va cambiando según la parte del sitio que se esté recorriendo. La razón de que no tenga animación es porque no se concibe como necesaria para un sitio más que nada informativo, y de este modo además el sitio es más asequible desde cualquier soporte computacional y a través de vías de Internet más o menos lentas. Si bien puede tener ciertas animaciones, será sólo para casos específicos, como la aparición de los títulos, por ejemplo.

5.3. Plano Sintáctico.

5.3.1. Formato:

La página mide 1024 x 758 píxeles. Debido a que la cantidad de información en algunos casos era demasiada y no se quiso que apareciera todo el tiempo con scroll. Si bien esto no es conveniente para equipos con bajas resoluciones de pantalla, se definió que era lo justo debido al manejo tipográfico, los tamaños y bloques de texto y en general, la correcta disposición y tamaño de los elementos, ya que se probó realizarlo en una página de 800 x 600 píxeles, comprobando que el espacio era demasiado pequeño para los requerimientos gráficos y de información.

5.3.2. Diagramación:

A modo grueso, los botones se disponen en la parte inferior de la página, casi al centro, bajo el título del sitio.

La marca en la parte superior izquierda.

Los bloques de texto en el centro.

Los títulos de navegación, al centro, sobre el texto.

La información secundaria a la izquierda, desde la parte inferior de la página.

La imagen a la derecha, desde la parte inferior con mayor peso visual, hacia el centro de la página, con menor peso visual.

5.3.3. Color:

En este sitio destaca el color verde, similar al del Pantone 390 U, hecho con 153 de rojo, y 204 de verde, en la gama RGB de 0 (negro) a 255 (blanco).

Otro color presente más que nada en los fondos es el 12 rojo, 110 verde y 110 azul, y el negro fue usado para los textos, en tonos más bajos (70 %).

Además se usan tonos anaranjados para destacar en algunas páginas del sitio.

De cada color, se trabajó con diferentes tonos y también se hizo uso del efecto gradiente, todo para dar la sensación de mayor dimensión.

5.3.4. Imágenes:

La imagen es un conjunto de elementos que conforman una estructura más bien caótica, debido a que se basa en conceptos de ruptura asociados a la gráfica para los jóvenes presente en la Web.

Además contiene un fractal con forma de árbol, típico de las piezas gráficas pertenecientes a la Olimpiada Chilena de Matemática.

En la página de inicio aparece el dibujo de una estructura lineal que representa la idea de un ventanal, como parte del contexto urbano del árbol.

5.3.5. Tipografía:

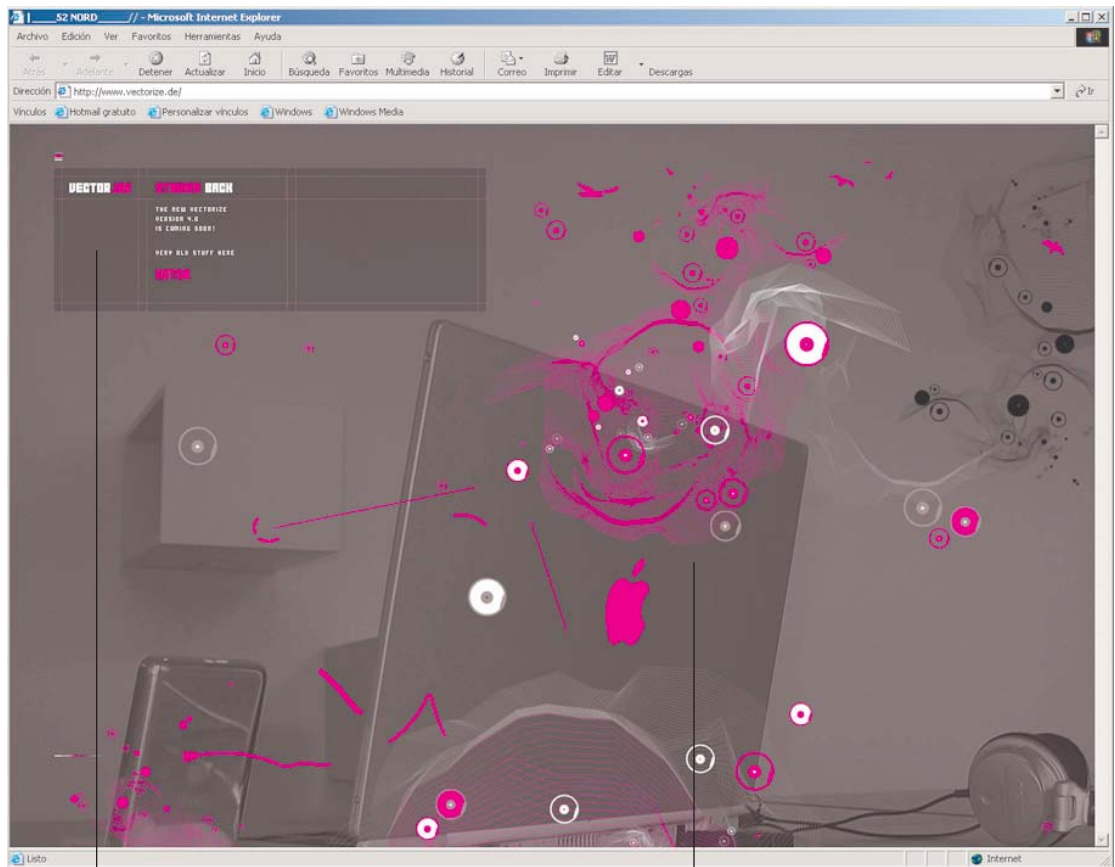
Para el título de la página se utilizó la SUPERWEB, ya destacada en la aparición del folleto, ya que se define bajo los parámetros de una tipografía asociada a conceptos juveniles actuales, según la revisión tipológica de páginas Web, presentada anteriormente.

Para los títulos la Bank Gothic, de modo de continuar la coherencia entre las piezas gráficas, y para los textos la Verdana, una tipografía de fácil lectura, y que también se utiliza mucho para los textos Web, debido a que es reconocida por la mayoría de los soportes computacionales, ya que la mayoría la tiene instalada. Cabe mencionar que las demás tipografías aparecen como imagen de modo que no cambien de un soporte a otro.

5.4. Referencias del uso de las imágenes y la diagramación para el sitio Web.

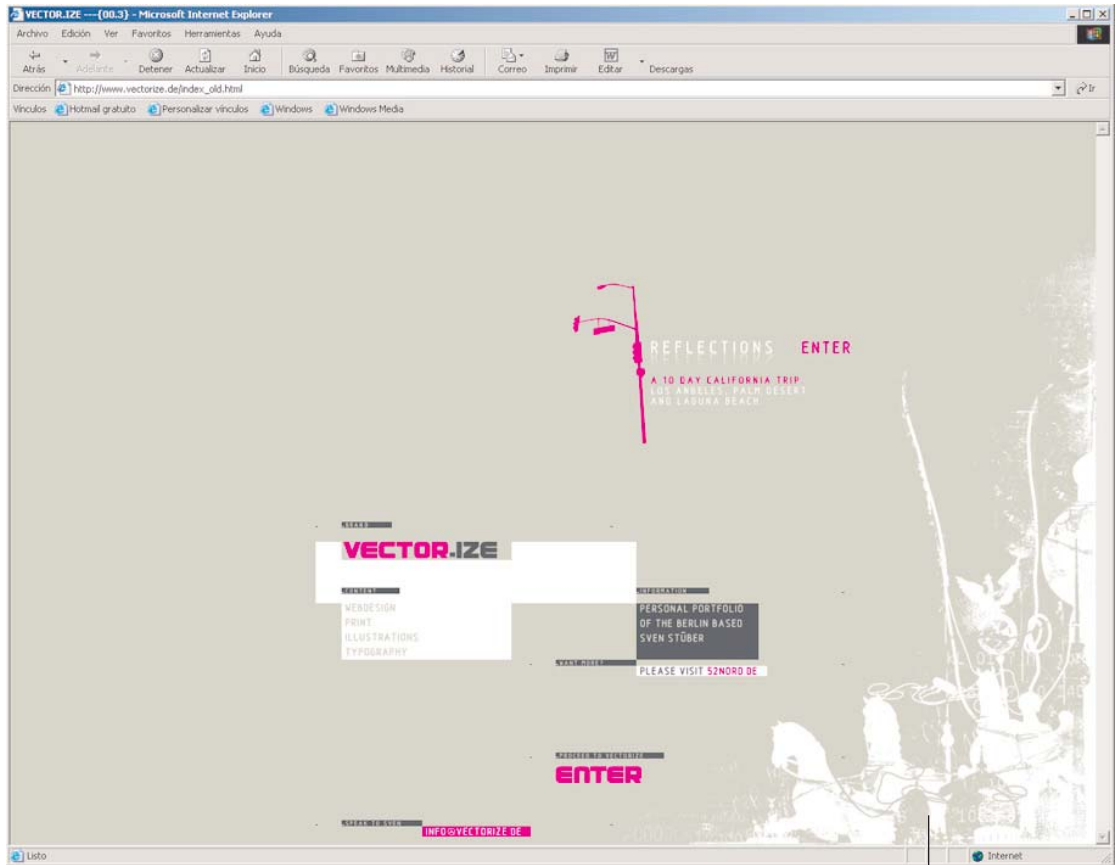
A continuación se presentan algunas páginas de Internet, en las cuales se han usado imágenes similares a la propuesta para el sitio de las Olimpiada Chilena de Matemática, y sus posiciones espaciales.

Dirección del sitio: www.vectorize.de



Elementos micro y esquemas caóticos

Utilización de familia tipográfica similar a las utilizadas para OCM



Ubicación de la imagen de fondo en los extremos

6. LÁPICES.

6.1. Presentación del objeto.

Para desarrollar este objeto que será repartido a los 120 finalistas de la OCM, se utilizará un lápiz ya existente de la marca Bic, sobre el cuál, se dispondrá la marca de un modo simple.



7. POLERAS.

La idea de las poleras, obviamente, es que los jóvenes finalistas la usen como una prenda cualquiera, es por esto que se ha diseñado bajo los conceptos de juvenil y dinámico más que nada. De este modo, resultó ser una polera con un diseño que no se relaciona en una primera instancia a la actividad en su mensaje, pero que conserva los elementos gráficos usados a lo largo de toda la estrategia comunicacional.

Se diseñaron dos formas distintas, con la idea de diferenciarla según el sexo del destinatario.

El color escogido como fondo es el verde (pantone 390 U), el cuál ya ha sido reconocido por su constante aparición en el curso de la estrategia comunicacional.

El resto de los colores, el negro, el pantone 321 U en 100% y 15%.



VIII. EVALUACIÓN

1.- Evaluación hecha a joven que no conoce la actividad.

a) Primer paso: Postales.

Se le muestra las postales, y opina que ve plantas y naturaleza, pero sobria.

Me pregunta si se trata de una postal común y corriente.

Luego se pregunta por qué dice algo de contener matemática.

Me dice que queda metido.

Le contesto que esa es la idea.

b) Segundo paso: página Web.

“¡Está muy buena! Bacán, juvenil.”

Me dice que le gusta la idea del foro.

Me habla sobre la imagen. Se refiere a ella como “una mezcla de planos múltiples y cosas por el estilo.”

Me dice sobre los colores: “Los colores están bacanes. Me gustan esos colores”.

Me dice que le gusta ese verde y que no le gustan los colores fuertes para las páginas Web.

c) Tercer paso: Afiche.

Le pregunto si sabe de qué se trata cuando ve el afiche.

Responde con otra pregunta: “¿Un concurso matemático?”

d) Cuarto paso: Folleto.

Le pregunto sobre la marca.

“Organización Chilena de Matemática.” Luego se da cuenta de su error, al leer el título.

Me dice: “Está muy piola, muy ingenioso. Como para dejarlo de recuerdo”.

e) Quinto paso: Poleras.

Procedo a mostrarle las poleras, a lo que me responde que debería hacer una sin mangas para los hombres también. Deduzco que le gustaron, porque pretende tener una.

2.- Evaluación hecha a jóvenes que conocen la actividad.

a) Primer paso: Postales.

Joven 1: “Está buena la postal. Igual de repente se nota que el árbol es un dibujo.”

Joven 2: “Está bonita, pero parece flyer de fiesta electrónica”.

“es mi idea, o las ramas de los árboles, son del fractal ese...?”

“mmmm, mi idea no más parece”

Les pido que lean los mensajes a lo que responden que entonces sí se tratan de fractales, en el momento de leer que se trata de matemática.

b) Segundo paso: Página Web.

Joven 2: “Está bonita la página, pero parece como hecha por un diseñador vanguardista”.

Joven 1: “UH”

Les pregunto sobre la marca a lo que el Joven 1 responde:

“Es de la Olimpiada de Matemática, ahí dice”

En cambio, el joven 2 piensa lo mismo que el joven que no sabía sobre la actividad:

“Organización Chilena de Matemática”

c) Tercer paso: Afiche.

Joven 1: “Tiene como una estética de película...”

“Si, está buena la idea del circuito.”

El Joven 2 insiste con la página Web: “la Web inicial, donde está el arbolito, hay un montón de "objetos" que no veo qué entregan a la página, sea info o algún mensaje, como el árbol mismo q parece de algún fractal. Igual, parece como paneles de alguna película de scifx, tipo sentencia previa. Está bonita, me gusta la idea.”

3.- Conclusiones de evaluaciones.

Brevemente, se concluye que la entrega del mensaje visual está dentro de los parámetros esperados, ya que se asocia a los conceptos de electrónico, vanguardia y juvenil.

Quizás el mayor problema ha sido la asociación de la marca con la actividad, de modo que el título parece demasiado lejano a la hora de relacionarlo con la marca.

Los jóvenes que han participado de la actividad, les parece que está bien, pero reconocen que no están acostumbrados a que una actividad de esta índole se difunda con este estilo gráfico.

El hecho que no reconozcan los fractales en una primera mirada es lo que se esperaba, ya que debe parecer un paisaje cualquiera, el cuál toma otro sentido desde la percepción matemática, lograda a través de la observación más detenida de la pieza, pero sólo para aquellos que conocen sobre el tema. Para el resto parece ser un paisaje sobrio, quizás incluso melancólico, pero que en contraste con el color verde pasa a ser más “electrónico” y a tener matices de película.

En la página Web, resalta la idea de los foros, y parece todo plantearse con un orden lógico, excepto por la imagen que provoca una ruptura que los lleva a explorar si en ésta hay botones.

IX. COTIZACIONES

COTIZACIÓN:

AFICHES.

Cantidad: 15.000

Papel: couche de 170 grs. brillante,

Medidas: 50 x 30 cms.

Colores: Negro y pantone 390 U

\$ 598.000 + i.v.a.

FOLLETOS.

Cantidad: 22.500

Papel: bond para el interior, y couché opaco para las tapas, de unos 250 grms aprox.

Medidas: 3 cuartillas de 41 x 13,5 cms. Más las tapas. Cada página mide 20,5 x 13,5. Corchetes en el lomo.

Colores: Negro y pantone 390 U.

\$ 1.620.000 + i.v.a.

POSTALES:

Cantidad: 450.000

Papel: couche de 300 grms, brillante por un lado.

Medidas: 15 x 10 cms.

Colores: negro y pantone 390 U

\$ 1.680.000 + i.v.a.

Plazo de entrega: 5 dias habiles.

Condiciones de pago: con Orden de Compra cheque contra entrega maximo 30 dias

atte.

Claudia Fernandez

Albina Impresiones Ltda.

Fono: 231 6061

PRESUPUESTO

Importadora Grafimpres Ltda.
Román Díaz 952 • Providencia
Fono/Fax: 236 3805 • 236 3806
E-mail: deptoventas@adsl.tie.cl
R.U.T.: 78.709.210-1



N° 01066

Señor(es): Ximena Serpell

Fecha: 07-12-2004

Atención:

Fono:

Dirección:

Fax:

Por medio de la presente le comunicamos a usted lo siguiente:

Item	Cantidad	Detalle	Precio Unitario	Precio Total
1	15.000	Afiche, tamaño 50x30, impresos a 2/0 colores en cartulina reverso blanco 180 grs.	79	1.185.000.-
2	450.000	Postal, tamaño 15x10, impresos a 2/0 colores en papel Couche 300 grs.	12	5.400.000.-
3	22.500	Folleto, tamaño 41x13,5 extendido, tapa impresa a 2/2 colores en papel Couche 250 grs. Opaco, interior 3 cuartillas impresas a 2/2 colores en papel Bond 24, con 2 corchetes al lomo.	128	2.880.000.-

ESTOS VALORES SON MAS I.V.A.

- Estos valores son más I.V.A.
- Este presupuesto tiene una validez de 15 días
- Las cantidades a despachar podrán tener una variación de más menos un 6%, las que se cobrarán a precio unitario.
- Para la realización del trabajo se requiere la Orden de Compra
- Acepto este presupuesto y todas las condiciones expresadas en él.

MIGUEL CUEVAS MERINO

V°B° Grafimpres Ltda.

V°B° Cliente



DIPRINT

IMPRESORA Y EDITORA

DIPRINT LIMITADA

TELS. 225 7503 - 225 6841

FAX: (56-2) 223 1206

MANUEL MONTT 2222

ÑUÑO A - SANTIAGO

Santiago, diciembre 09 del 2004

COTIZACIÓN N°14313

SEÑORES : XIMENA SERPELL

ATT. SR.(A) :

CANTIDAD	DETALLE	VALOR
15.000.-	Afiches , tamaño 50 x 30 cms., en Duplex reverso blanco 205 gr., impresos a 2/0 color.	1.050.000.-
22.500.-	Folletos , tamaño 41 x 13,5 cms., tapas en couché 250 gr., opaco, impresos a 2/2 color, interior 12 páginas, 3 cuartillas en papel Bond 24 80 gr., impresos a 2/2 color, Encuadernación dos corchetes.	1.350.000.-
450.000.-	Postales , tamaño 15 x 10 cms, en Duplex estucada reverso blanco 180 gr., impresos a 2/2 color, 3 temas 150.000 de cada uno, cambio en los tiros, retiros, todos iguales.	5.400.000.-

- LA PRESENTE COTIZACION TIENE UNA VIGENCIA DE 15 DIAS HABILES
- LOS VALORES COTIZADOS NO INCLUYEN 19% IVA
- FORMA DE PAGO : CHEQUE 30 DIAS CONTRA ENTREGA DE IMPRESOS
- COTIZADO POR : ARTURO ARANCIBIA

SOC. IMPRESORA Y EDITORA DIPRINT LTDA.



Hernán Cisternas y Cia. Ltda.
RUT: 78.759.730 - 0

Señorita:
Ximena Serpell
Presente:

Tenemos el agrado de cotizar lo siguiente:

22.500.- FOLLETOS; tamaño cerrado 20,5x13,5 CMS.

Tapas; Impresas a 2x2 colores en Couche opaco de 250 Gramos.

Interior; 3 cuartillas 12 paginas impresas a 2x2 colores en papel

Bond 80 gramos.

Encuadernación 2 corchetes al lomo. \$ 2.042.000.-

15.000.- AFICHES; tamaño 50x30 CMS. Impresos a 2x0 color en Couche

Brillante de 170 gramos. \$ 805.000.-

450.000.- POSTALES; Tamaño 15x10 CMS. Impresas a 2x2 colores

en Couche de 300 gramos. Con 3 cambios de 150.000 cada una.... \$ 3.375.000.-

MAS 19 % I.V.A.

Hernán Cisternas y Cia. Ltda.
fono: 551 24 90
fax: 554 61 02
E-mail: edicion@imprentaedicion.cl

X. CONCLUSIONES

A través de este proyecto y según la pequeña evaluación de las piezas gráficas aplicada con ciertos jóvenes, puede concluirse que se ha logrado aplacar de cierta forma el estereotipo típico de la matemática tal como la perciben los jóvenes en los colegios, debido a que la difusión de la actividad olímpica adquirió un tono más ligado al universo de la juventud, lo cual gatilla en despertar el interés de parte de un mayor número de personas (que pueden ser o no participantes), derivando así la actividad a una categoría reforzada y de mayor apreciación de parte de los usuarios.

Partiendo de la base de dar a la OCM una identidad potente ante los ojos del público joven, se pretende conseguir que a través de la opinión de éste cambie la percepción del total de la población con respecto a la actividad, de modo de hacerla parte del patrimonio cultural y social de nuestro país.

Así mismo, se pretende por medio del diseño de esta estrategia comunicacional, inyectarle a la imagen de la actividad la energía necesaria para mejorar su funcionamiento y, a su vez, el rendimiento de los participantes en competencias internacionales, de modo tal que se cumpla también el objetivo de conseguir mejores auspicios, apoyando los logros con una nueva imagen que denote seriedad y profesionalismo de parte de la organización, desarrollo, resultados y difusión de las Olimpiadas.

De esta manera, es de esperar que en el futuro Chile siga progresando en cuanto a los resultados en Olimpiadas Internacionales de Matemática, de manera que el orgullo de la nación brinde reconocimiento a los jóvenes talentos que destaquen en su participación, a través de la difusión en medios de comunicación, de modo de darle a la actividad un lugar importante en los sucesos nacionales, y hacer a todo el pueblo partícipe de los triunfos obtenidos como nación en el ámbito cultural e intelectual.

El cumplimiento de los objetivos de este proyecto dependerá de la obtención

de mejores auspicios, de modo que la difusión sea cada vez mayor a la hora de informar a la población con respecto a los resultados de la actividad, ya que se trata de un evento en el cuál se necesita para su desarrollo la participación, ya sea directa o indirecta, de muchas personas e instituciones.

Se supone que es absolutamente plausible llevar a cabo este proyecto, dado que queda demostrado que es posible mejorar los parámetros de imagen y difusión sin necesidad de disparar los recursos monetarios actualmente solicitados o requeridos por la SOMACHI en la etapa de desarrollo de la parte gráfica o comunicacional de la Olimpiada.

Finalmente concluyo que el proyecto puede resultar un éxito, debido a que, como puede apreciarse en la evaluación de las piezas, se han cumplido los objetivos comunicacionales propuestos, haciendo que las piezas sean percibidas por los jóvenes como parte de su universo perceptual en el sentido del estilo propuesto, de modo que el público al cual se desea llegar, se siente de cierta forma identificado a través de la línea gráfica; y en el caso de quienes no participan o no saben lo suficiente respecto al tema como para percibir los mensajes matemáticos escondidos, por ejemplo, en los paisajes hechos con fractales, no discrimina por tratarse de una actividad relacionada al mundo de la matemática, sino muy por el contrario, lo toman como un mensaje hecho también para ellos, por tratarse de códigos visuales ya reconocidos.

IX. BIBLIOGRAFÍA.

COSTA, J. 1994. Imagen Global: Evolución del Diseño de Identidad. Ed. CEAC, Barcelona. P. 26-104.

CAMPOS M., Claudia; VALDÉS R., Clara. 2004. Trabajo de Titulación: Olimpiada Nacional de Matemática. U de Santiago de Chile, Facultad de Ciencias.

DÜSTELER, J. 2000. Gestalt e impulso visual. Infovisinet. Mensaje n°19.

FRUTIGER, A. 2000. Signos, Símbolos, Marcas, Señales. Ed. Gustavo Gili. P. 244-269.

PEREYRA, JOSÉ L. 2001. Una medida de eficiencia del Gasto Público en educación: Análisis FDH para América Latina. Revista Moneda N° 127. Banco Central de Reserva del Perú.

PÉREZ GÓMEZ, R. 2003. Tres razones para estudiar matemáticas. conferencia pronunciada para la presentación de la XVIII Olimpiada Iberoamericana de Matemática. Buenos Aires.

SANCHO, Antonio y otros. ¿Hacia dónde va el gasto público en educación? Logros y desafíos. Volumen III, Una mirada comparativa. Naciones Unidas Santiago de Chile, Marzo 2001. p 11-19.

SWANN, A. 1991. Diseño y Marketing. Ed. Gustavo Gili, Barcelona.

Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura. . España.

XII Olimpiada Internacional del CONOSUR.

Olimpiada Matemática Argentina.

Olimpiadas Portuguesas de Matemática.

Olimpiada Brasileira de Matemática.

Olimpiada Matemática Española.

La Olimpiada Panameña de Matemática.

Olimpiadas de Matemática.

Sociedad de Matemática de Chile.