





**más que un equipo**

**somos una  
gran familia**



**Mauricio Montenegro Córdoba  
Wilmer Zambrano Guerrero**

**Trabajo de Grado para optar por el título de Diseñador Gráfico del programa de Diseño Gráfico  
del Departamento de Diseño de la Facultad de Artes de la Universidad de Nariño**



Trabajo de Grado para optar el título de Diseñador Gráfico del programa de Diseño Gráfico del Departamento de Diseño de la Facultad de Artes de la Universidad de Nariño

# NOTA DE RESPONSABILIDAD

“Las ideas y conclusiones aportadas en el Trabajo de Grado, son responsabilidad exclusiva de los autores”.

Artículo 1 del Acuerdo No. 324 de octubre 11 de 1966, emanado del Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

# NOTA DE ACEPTACIÓN

---

---

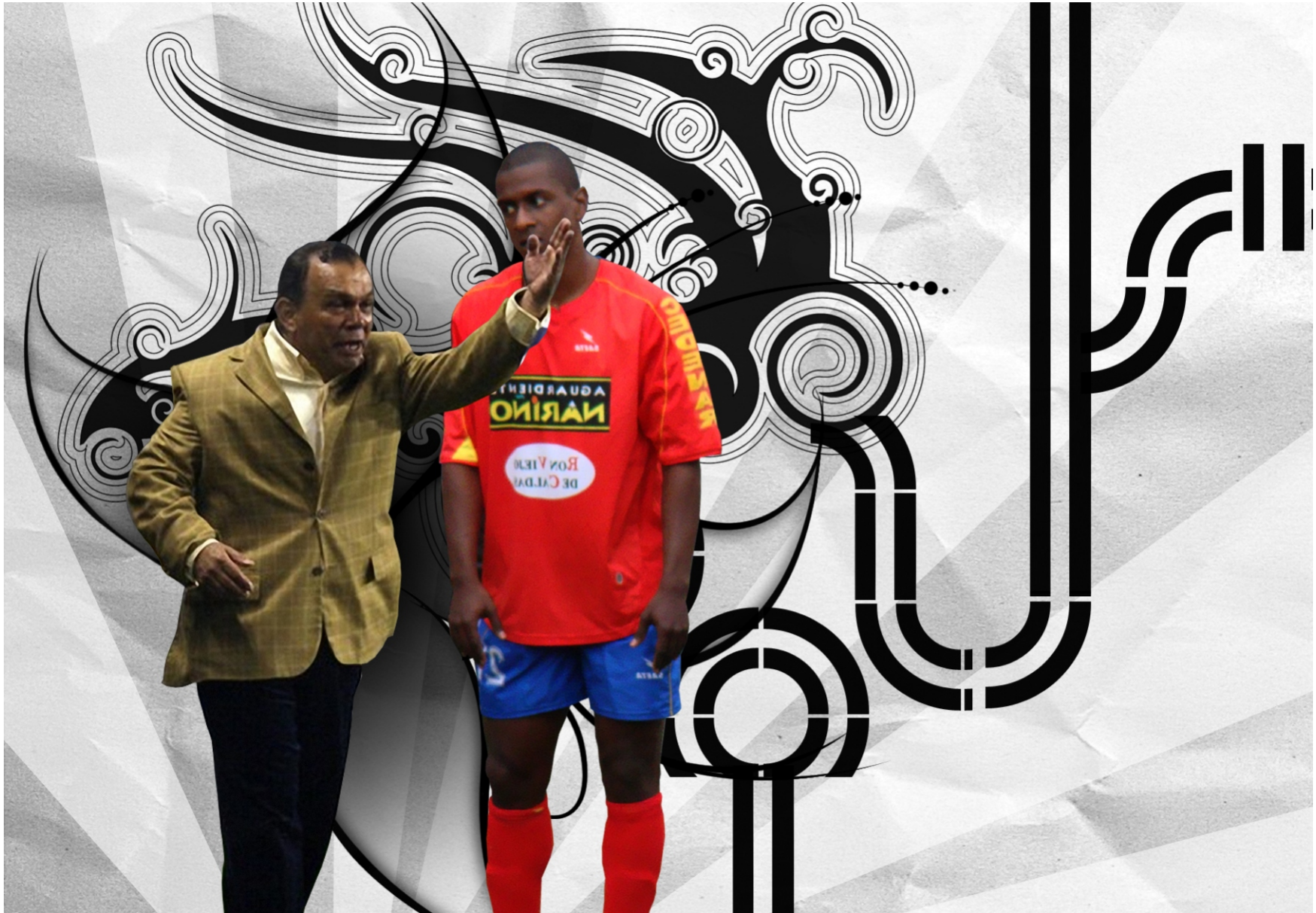
---

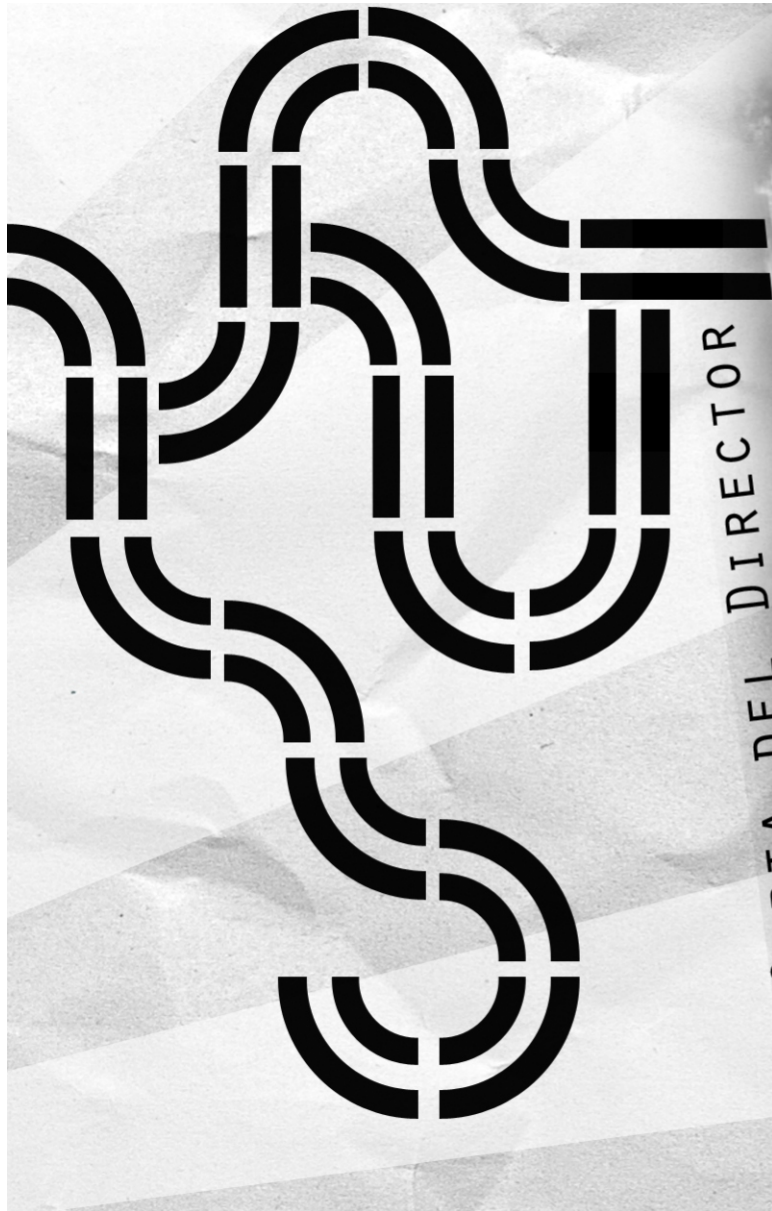
Omar Franco  
PRESIDENTE DEL JURADO

Fernando Coral  
Jurado

Alberto Vega  
Jurado

San Juan de Pasto, Junio 3 de 2010






CARTA DEL DIRECTOR

Por medio de la presente doy fe que estoy muy  
pero muy contento con este proyecto y que estoy  
seguro que va a ser catalogado como laureado.  
Nos le hemos gozado haciendo este programa  
y de corazón espero que mi esfuerzo y el de los  
dos estudiantes comprometidos con este sueño,  
les guste y se vuelvan hinchas fieles de nuestro  
Deportivo Pasto y de Pasión tricolor.

*El Asesor*

**GRACIAS...**





**a Dios,  
al Deportivo Pasto,  
a nuestros computadores,  
a nuestro asesor,  
a todos los que nos vean,  
a nosotros mismos.**

## RESUMEN

El Deportivo Pasto en tan sólo 10 años de presencia destacada en el fútbol profesional colombiano, se ha constituido poco a poco, en institución icónica del departamento de Nariño.

Los logros obtenidos por el equipo y su participación en los diferentes torneos de fútbol locales, en el país y en el exterior, han permitido además, que la ciudad de San Juan de Pasto sea reconocida y valorada en los ámbitos sociales, culturales, deportivos y económicos. En ese sentido, el desarrollo que ha tenido Deportivo Pasto, ha sido de la mano del avance de la ciudad, y en esto es viable incluir la aparición de diversos medios de comunicación que han ampliado la oferta de información para la sociedad nariñense.

Sin embargo, Deportivo Pasto no cuenta con espacios en los medios que permitan entregar información oficial, la cual se ve tergiversada y manipulada por otros medios, lo que demerita en la falta de información hacia los hinchas y en

alejamiento de ellos hacia su equipo, manifestado en la falta de interés.

Deportivo Pasto necesita su propio espacio televisivo dentro de la TV regional, espacio que tendrá un impacto directo en la identidad que ha generado dentro de la sociedad nariñense, la misma que no sólo incluye a los más fieles seguidores del equipo, sino a todos aquellos que directa o indirectamente tienen que ver con el equipo.

El Diseño Gráfico hace su aparición y debe convertirse en herramienta relevante dada la baja calidad de la producción gráfica y audiovisual de los espacios locales, y en algunos casos, nacionales.

## ABSTRACT

Deportivo Pasto in just 10 years of presence in professional football Colombia has been formed gradually in iconic institution of the department of Nariño.

The achievements of the team and its participation in various local football tournaments in the country and abroad, have also allowed that the city of San Juan de Pasto is recognized and valued in the social, cultural, sporting and economic. In this regard, the development that has taken Deportivo Pasto, has been the hand of the progress of the city, and it is feasible to include the emergence of various media have expanded supply information for society Narino.

However, Deportivo Pasto spaces do not have the means to deliver official information, which is distorted and manipulated by other means, which demerits in the lack of information to the fans and distance from them to his team, expressed the lack of interest.

Deportivo Pasto TV needs its own space within the regional TV, space has a direct impact on the identity that has generated within the society Narino, the same which includes not only the most faithful followers of the team, but to all those who directly or indirectly relate to the computer.

Graphic Design makes its appearance and should become a major tool given the low quality of graphic and audiovisual production of local areas, and in some cases, national.

# DEPORTIVO PASTO





# TÁCTICA de juego



# LISTA DE FIGURAS

<u>FIGURA</u>	<u>Páginas</u>
Formato de encuesta	31
Gráficas de encuestas	33 - 37
Parámetros de diseño	64 - 67
Bocetación cabezote	73 - 75
Ornamentación	76 - 77
Creación de escudo 3d	78 - 79
Modelado de estadio	80 - 81
Producción de cabezote	83 - 85
Producción cortinillas	86 - 89
Producción de créditos	90 - 91
Producción de entradas y salidas	92 - 93
Producción de caracteres	96



# GLOSARIO

**MEDIOS AUDIOVISUALES:** conjunto de instrumentos que hacen llegar al hombre utilizando los sentidos de oído y vista, o los emplea a la vez. Se dice especialmente de métodos didácticos que se valen de grabaciones acústicas acompañadas de imágenes ópticas.

**TELEVISIÓN:** es un sistema de telecomunicación para la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia. Esta transmisión puede ser efectuada mediante ondas de radio o por redes especializadas de televisión por cable. La palabra "televisión" es un híbrido de la voz griega "Tele" (distancia) y la latina "visio" (visión). El término televisión se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación de televisión. Transmisión de imágenes a distancia mediante ondas hercianas.

**FILMACIÓN:** Acción y efecto de filmar. Registrar imágenes en una película cinematográfica. Rodar una película.

**GÉNERO INFORMATIVO:** hacen una interpretación contextual de la información en la que no aparece explícitamente la interpretación.

**GUIÓN LITERARIO:** transmite la información suficiente para que el lector visualice la película: cómo transcurre el diálogo, cómo actúan los personajes y con qué objetos interactúan, sin especificar todavía los pormenores de la producción.

**GUIÓN TÉCNICO:** es el guión al que se añaden multitud de anotaciones y elementos que tienen que ver con el rodaje. Tiene más que ver con la planificación. El guión técnico debe contener el troceo por secuencias y planos, en él se ajusta la puesta en escena, incorporando la planificación e indicaciones técnicas precisas: encuadre, posición de cámara, decoración, sonido, play-back, efectos especiales, iluminación y otros...

**PRODUCTO AUDIOVISUAL:** es el producto en donde se integran e interrelacionan plena lo auditivo y lo visual para producir una nueva realidad o lenguaje. La percepción es simultánea. Se crean así nuevas realidades sensoriales mediante mecanismos como la armonía (a cada sonido le corresponde una imagen), complementariedad (lo que no aporta uno lo aporta el otro), refuerzo (se refuerzan los significados entre sí) y contraste (el significado nace del contraste entre ambos).

**STORY BOARD:** Es como un cómic con la historia dibujada de la película, expuesta plano a plano por medio de dibujos que señalan el encuadre a realizar y van acompañados de los textos con los diálogos correspondientes. Es muy útil en el momento del rodaje, pues facilita el trabajo de los técnicos sobre todo en secuencias de acción. Es imprescindible donde hay efectos especiales que posteriormente han de superponerse

**VOZ EN OFF:** Término que se refiere al audio cuando la fuente no aparece a cuadro o en pantalla, se abrevia VO. Es la voz de alguien que no está en escena. Puede ser narrador, un pensamiento de alguien que está en escena, una canción desde fuera de campo.

**ZOOM:** Variar la distancia focal de un lente ya sea para acercarse o alejarse del objeto.



# INTRO

El Deportivo Pasto en tan sólo 10 años de presencia destacada en el fútbol profesional colombiano, se ha constituido poco a poco, en institución icónica del departamento de Nariño, en la medida en que ha ayudado a que ésta región salga de un gran periodo de letargo y marginación a nivel nacional, que se hace evidente en la escasa información presentada en los diferentes medios de comunicación masivos a nivel nacional, e inclusive regional.

Los logros obtenidos por el Deportivo Pasto y su participación en los diferentes torneos de fútbol locales, en el país y en el exterior, han permitido además, que la ciudad de San Juan de Pasto sea reconocida y valorada en los ámbitos sociales, culturales, deportivos y económicos. En ese sentido, el desarrollo que ha tenido Deportivo Pasto, ha sido de la mano del avance de la ciudad, y en esto es viable incluir la aparición de diversos medios de comunicación que han ampliado la oferta de información para la sociedad nariñense.

Sin embargo, Deportivo Pasto no cuenta con espacios en los medios que permitan entregar información oficial, la cual se ve tergiversada y manipulada por otros medios, lo que demerita en la falta de información hacia los hinchas y en alejamiento de ellos hacia su equipo, manifestado en la falta de interés.

Siendo la televisión el medio masivo por excelencia, aquel que representa los más altos índices de seguimiento y que genera las más altas tasas de rentabilidad, todo por su prolífico carácter de medio masivo y su presencia en casi todos los rincones del mundo, se torna fundamental que cualquier empresa, y en este caso, Deportivo Pasto, que también se constituye como empresa, tenga presencia en la televisión, con el firme objetivo de llegar directamente a sus clientes -leáse seguidores y/o hinchas- y fortalecer su desarrollo integral. Deportivo Pasto necesita su propio espacio televisivo dentro de la TV regional, espacio que tendrá un impacto directo en la

identidad que ha generado dentro de la sociedad nariñense, la misma que no sólo incluye a los más fieles seguidores del equipo, sino a todos aquellos que directa o indirectamente tienen que ver con el equipo..

Y es en este punto, donde el Diseño Gráfico hace su aparición y debe convertirse en herramienta relevante dada la baja calidad de la producción gráfica y audiovisual de los espacios locales, y en algunos casos, nacionales. La investigación, la conceptualización y el diseño y desarrollo de todos los elementos gráficos que hacen parte de la producción de un programa de televisión, es competencia directa del diseño gráfico, más aún en el presente proyecto que se muestra de interés masivo dentro de la sociedad nariñense, y en especial de la hinchada de Deportivo Pasto, la cual merece un producto de calidad que esté a la altura de cualquier producción a nivel nacional e internacional y que satisfaga, además, su cada vez creciente necesidad de información.



# CONTEXTO

## de la investigación

El objeto de estudio de la presente investigación es la Asociación Deportivo Pasto, equipo profesional de fútbol, participante del torneo de primera categoría de la División Mayor del Fútbol Colombiano (Dimayor), campeonato llamado Copa Mustang, el cual se realiza cada año durante los meses de Febrero a Diciembre en dos fases llamadas Torneo Apertura y Torneo Finalización. Participa además en la Copa Postobón, evento que reúne a 36 equipos de las categorías A y B de Colombia.

El Deportivo Pasto asienta su sede en la ciudad de San Juan de Pasto, departamento de Nariño, Colombia. Tiene 60 años de historia, pero tan sólo 15 de pertenecer a la Dimayor como equipo profesional de fútbol.

Los hinchas y seguidores del Deportivo Pasto corresponden al público objetivo, que incluye además, a aquellos miles de aficionados al fútbol. Este grupo objetivo, cuenta con personas de todos los estratos socioeconómicos, de edades entre los 8 y 80 años, de ambos sexos y de diferentes niveles educativos.

# DESCRIPCIÓN del problema

En la mayoría de empresas nariñenses, es evidente la ausencia de programas y/o medios que acerquen a sus clientes, y a la comunidad en general (posibles clientes) a su institución, hecho agravado aún más con la desatención de parte de éstas empresas para hacer presencia en los medios masivos de comunicación; en gran parte debido a la carencia de sistemas de promoción efectivos y a unos limitados medios económicos.

Una de las instituciones más representativas de San Juan de Pasto y en general del departamento de Nariño es sin duda la Asociación Deportivo Pasto. Por medio de ella, la ciudad de Pasto ha logrado debilitar la sub-valoración a la que era sometida por parte del interior del país. No obstante, los problemas de marginación se siguen presentando y es notoria la escasez de información sobre Deportivo Pasto en los medios escritos y audiovisuales de la nación, e inclusive de la región.

El equipo nariñense necesita un espacio oficial y adecuado para sus hinchas y seguidores; necesidad que cobra importancia teniendo en cuenta el alto grado de especulación, desinterés y manipulación a la que se ve sometida toda la información que tiene que ver con el club. Todo lo anterior debilita el posicionamiento de Deportivo Pasto en el medio así como la identidad cultural que se logra a través del fútbol.

¿ Cómo diseñar un esquema de televisión para el programa oficial de Deportivo Pasto que permita acercar más a sus seguidores y fortalecer la identidad que han generado para con el equipo?

# FORMULACIÓN del problema



# JUSTIFICACIÓN

Un medio de comunicación se torna en una herramienta fundamental a la hora de llegar, informar y entretener a todas las esferas sociales; la presencia en tales medios de los diferentes entes e instituciones de una determinada región es de carácter fundamental para el crecimiento de ambas partes.

El Deportivo Pasto, como institución insignia y abanderada de la región sur occidental Colombiana requiere sobremanera hacer presencia en los medios masivos de difusión por cuanto la actividad deportiva y empresarial que desarrolla, se ha convertido en un eje fundamental para el progreso propio y de su región. Asimismo, Deportivo Pasto brinda a sus miles de seguidores una identidad cultural y un sentido de pertenencia para con su ciudad y su equipo, el cual debe sentirse respaldado mediante espacios que garanticen una relación empresa-cliente altamente satisfactoria. Esos seguidores requieren información veraz y oportuna a todo nivel, conocer las entrañas de su equipo y participar activamente de los procesos de operación y desarrollo de la institución.

# **OBJETIVO general**

Diseñar un esquema de televisión vanguardista para el programa oficial de la Asociación Deportivo Pasto, que permita fortalecer la identidad regional y hacia el equipo de parte de sus seguidores.



# **OBJETIVOS** **gráficos**

1. Identificar y analizar los referentes de este tipo de programas a nivel regional, nacional e internacional, para determinar características comunes.
2. Establecer los lineamientos del programa de acuerdo a los requerimientos y a la filosofía institucional de Deportivo Pasto, a los resultados obtenidos en la encuesta aplicada y a la observación personal.

**3. Determinar el tratamiento gráfico que se le dará a la imagen teniendo en cuenta el concepto del programa.**

**4. Diseñar el cabezote del programa, las cortinillas para las diferentes secciones del mismo y demás elementos gráficos tales como crawls, reels, generador de caracteres, supers, etc.**

**5. Implementar cada elemento gráfico en concordancia con la imagen del programa.**





# ENFOQUE DE investigación

La presente investigación se fundamenta en la revisión de antecedentes de programas institucionales de equipos de fútbol a nivel regional, nacional, sudamericano y mundial. Posteriormente, la categorización de la información recolectada permite determinar el grupo de tópicos que fortalecen el proceso investigativo.

Sin embargo, uno de los aspectos importantes de la investigación y que se convierte en punto clave, es la aplicación de una encuesta escrita entre los hinchas y seguidores del Deportivo Pasto sobre la idea del programa, que permite determinar los lineamientos del mismo.

## FORMATO DE LA ENCUESTA

Fecha de aplicación: octubre - diciembre 2008

Rango: personas de todos los estratos de cualquier edad

Método de aplicación: Diligenciamiento personal de formato de encuesta

Número de encuestas: 1000 Encuestas válidas: 960

Encuestas nulas: 40

**FORMATO DE ENCUESTA**  
PRESENCIA DEPORTIVO PASTO EN LOS MEDIOS



Nombre: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_ Profesión: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_

Usted es seguidor del Deportivo Pasto hace: \_\_\_\_\_  meses  años

Pertenece usted a una barra organizada?  SI  NO Cuál? \_\_\_\_\_

Asiste con regularidad al Estadio?  SI  NO

En cuáles medios usted ha encontrado información sobre el Deportivo Pasto?

Radio  Televisión  Prensa  Internet

Cuál es su medio favorito para enterarse sobre el Deportivo Pasto? (marque sólo uno)

Radio  Televisión  Prensa  Internet

Qué tipo de información encuentra en esos medios sobre el Deportivo Pasto?

Goles  Noticias  Otra Cuál? \_\_\_\_\_

La información que presentan los medios sobre Deportivo Pasto es suficiente?  SI  NO

Debe existir un medio oficial que de a conocer información sobre Dep. Pasto?  SI  NO

Qué tipo de información le gustaría conocer sobre Deportivo Pasto? (puede marcar más de una)

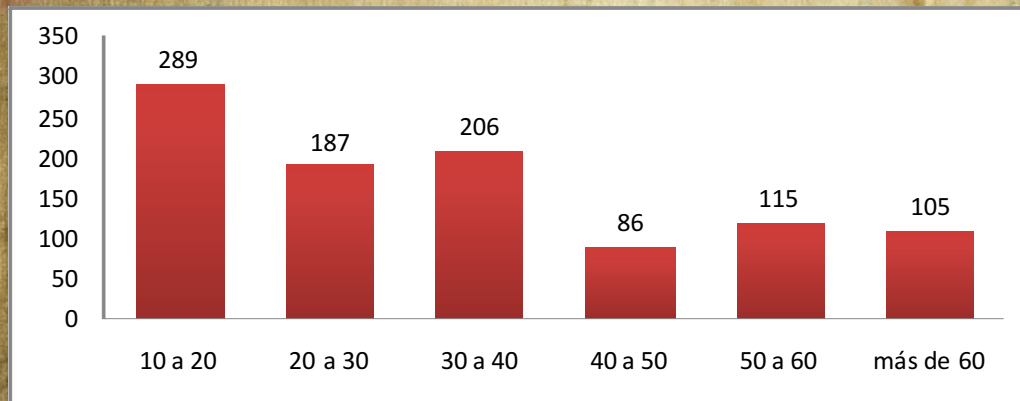
Noticias  Historia  Goles  Crónicas  
 Reseña de Jugadores  Hinchas  Personajes Históricos  Otra Cuál? \_\_\_\_\_

Considera que Deportivo Pasto debe hacer presencia en la TV Regional?  SI  NO

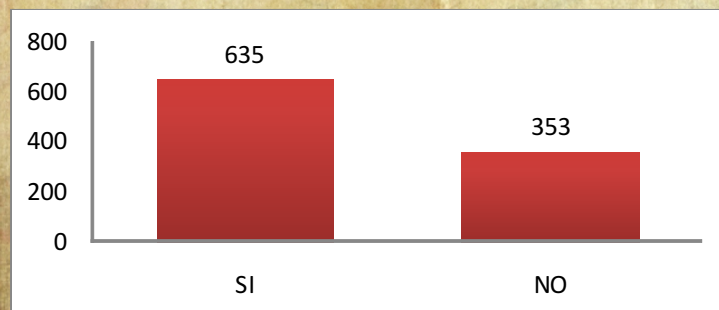
## ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

- Jóvenes entre los 10 y los 20 años son los predominantes, seguidos por personas mayores de 60 años.
- En un alto porcentaje, las personas siguen a Deportivo Pasto desde hace 10 años, coincidiendo con el momento en que el equipo nariñense ascendió a la categoría profesional del Fútbol Colombiano.
- La mayoría de personas encuestadas, no pertenecen a barras organizadas pero asisten con regularidad al Estadio.
- La radio se erige como el medio en donde más información encuentran los seguidores de Deportivo Pasto sobre su equipo. La televisión ocupa el segundo lugar, seguido de Internet y los medios escritos.
- Las personas de edades entre los 10 y los 20 años, encuentran más información en la televisión, mientras que los demás rangos de edades, marcan a la radio como el medio que más trata sobre Deportivo Pasto.
- El medio favorito para buscar información sobre Deportivo Pasto es la Radio, seguido de la Televisión, Internet y Prensa.
- La televisión es el medio favorito para los encuestados entre los 10 y 20 años de edad. En los demás rangos de edad, la televisión sólo es superado por la radio. Internet es un medio fuerte para el primer rango de edad, mientras que en los demás, su presencia es casi nula. La preferencia por los medios escritos (prensa), sólo es visible en los datos de las personas mayores de 60 años.
- En televisión, radio, prensa e Internet, los aficionados encuentran predominante y únicamente algunas jugadas y goles de Deportivo Pasto, del partido de la fecha más reciente. Las noticias escasean.

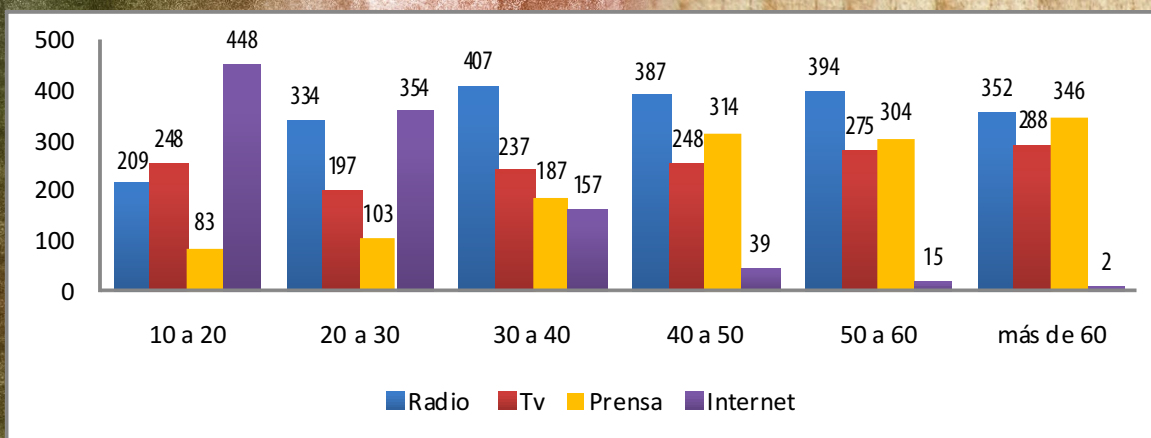
## Edades de los encuestados



## ¿Asiste regularmente al Estadio?



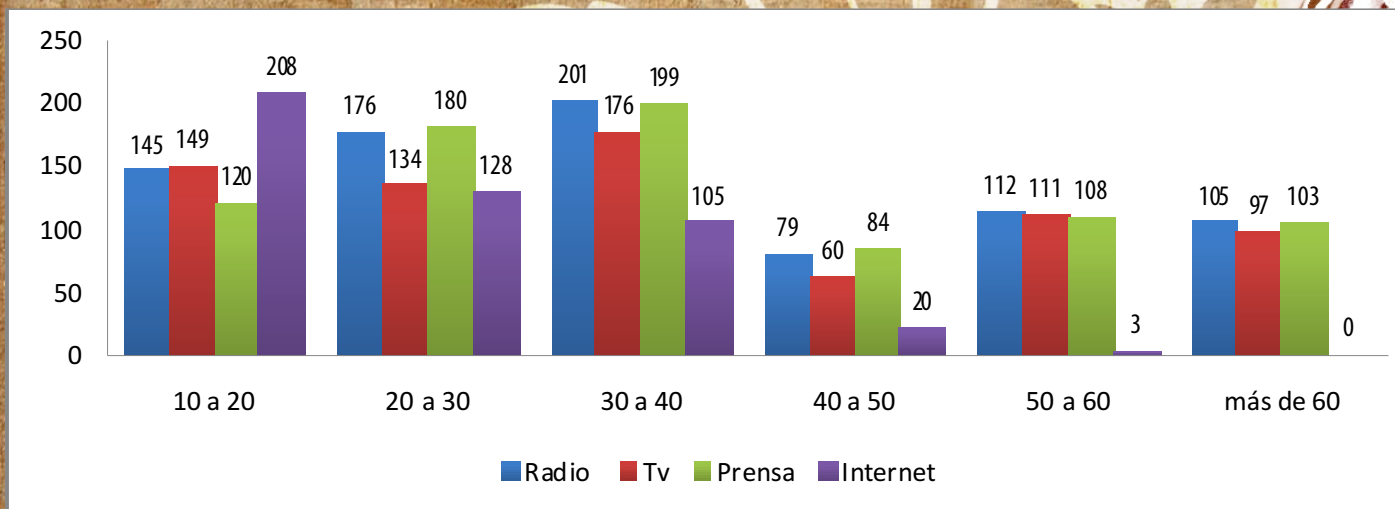
## Medio Favorito por edades



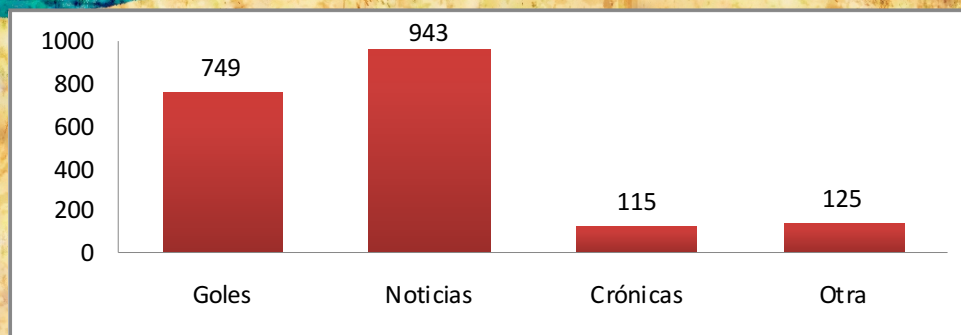
## Información que encuentra en los medios



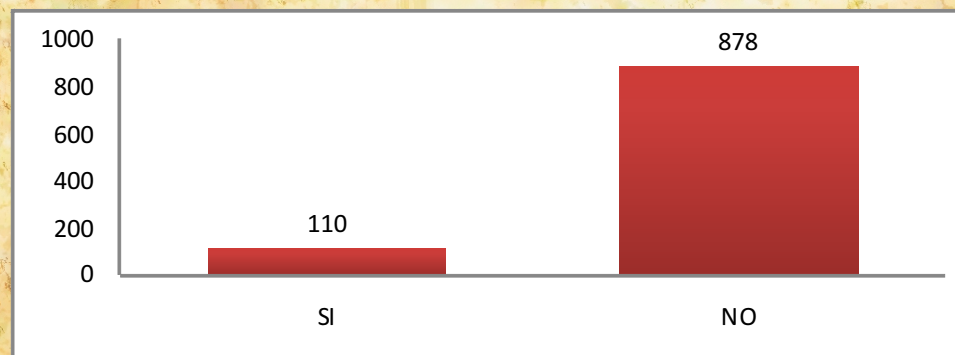
## Medios donde encuentran info sobre Deportivo Pasto por edades



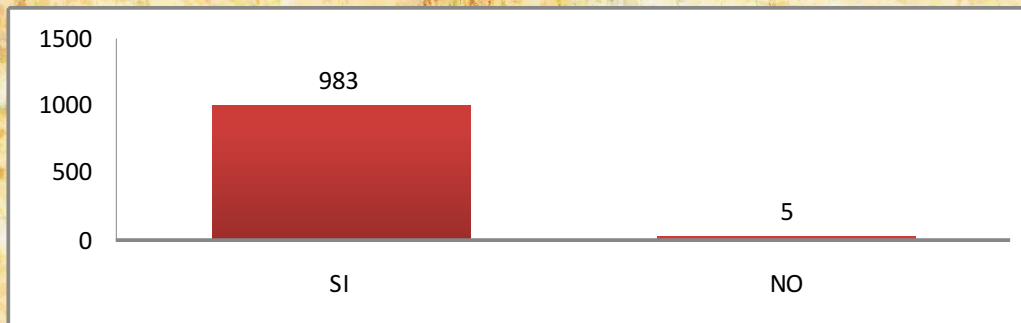
## Información que encuentra en los medios



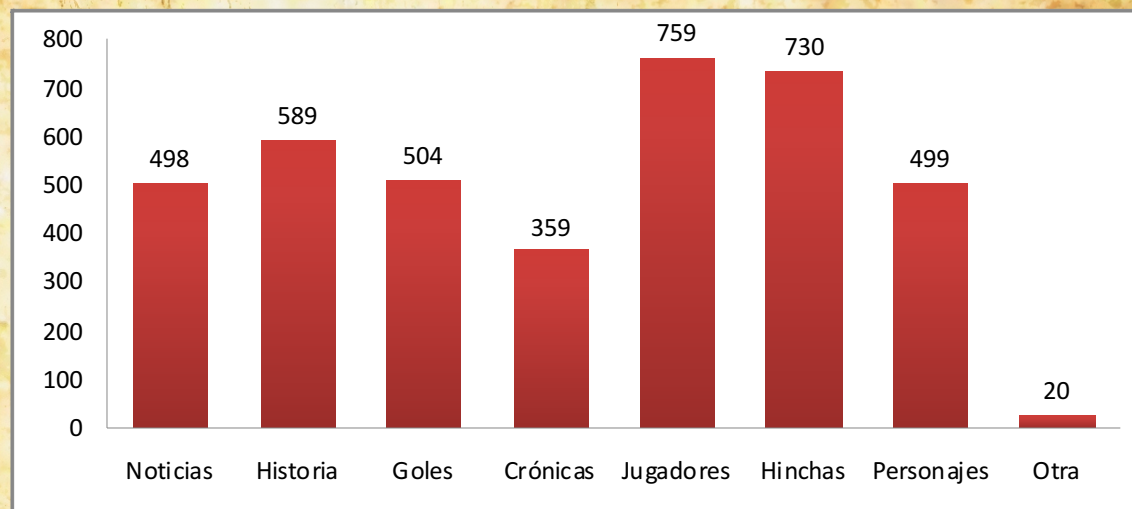
## La información sobre Deportivo Pasto es suficiente?



### Cree que debe existir un medio oficial de Deportivo Pasto?



### Tipo de información que le gustaría conocer sobre Deportivo Pasto



# FUNDAMENTO conceptual

## El fútbol

El fútbol, también llamado balonpié, es ampliamente considerado como el deporte más popular del mundo, con millones y millones de personas involucradas directa e indirectamente. De hecho, para el año 2008, la FIFA, ente mundial director del fútbol, estima que existen más de 370 millones de personas activas en este deporte.

Sin embargo, el fútbol, más allá de ser un deporte, es un fenómeno con profundos alcances culturales y sociales, y un producto de consumo y de alto carácter mediático. Desde sus inicios modernos en la Inglaterra industrializada del Siglo XIX hasta la actualidad, siempre tuvo en lo masivo un elemento fundamental dado que su desarrollo no ha sido ajeno a cuestiones políticas, económicas, sociales y religiosas. Hablamos de una actividad

que ha trascendido la mera dimensión deportiva para convertirse en un catalizador de identidades colectivas, que se manifiesta como espectáculo mercantilizado que satisface necesidades de ocio de los ciudadanos, muy importante para sus consumidores y con mucha trascendencia social, pues supone una lucrativa industria mundial. la TV Regional.

El fútbol desde la perspectiva de la cultura, es un tema contemporáneo que está muy relacionado con el sentimiento de los pueblos por ser una pasión de multitudes y estar arraigado en el imaginario colectivo del ser nacional. Hoy en día, el fútbol tiene que ver con la construcción de diversas identidades sociales y culturales; identidades nacionales, identidades por región o

locales; identidades que se relacionan con el género, con la edad, con la clase. El fútbol, además, es un fenómeno económico pues los clubes dejan de ser tales, para convertirse en empresas.

Es viable entonces, caracterizar al fútbol así:

**El fútbol como nueva religión:** en la medida que sustituye los elementos centrales de pertenencia a un grupo que está por encima de nosotros, dándonos identidad trascendente.

**El fútbol como generador de orden social** (tanto en lugares como en horarios) al aglutinar las diferencias sociales.

**El fútbol como generador de identidades que son canalizadas,** permitiendo aflorar sentimientos de pertenencia.

En el fútbol, sobre todo los jugadores, forjan voluntades socializadoras de manera especial en los jóvenes. Son estrellas del momento, una buena forma de movilidad social, la posibilidad de moldear formas de vida.

**El fútbol como factor de igualdad social.** En el campo y en la tribuna desaparecen las diferencias de clase.



# El hincha del fútbol

El hincha de fútbol es, sin duda, uno de los participantes fundamentales que permiten atisbar la comprensión del fenómeno deportivo desde hace décadas.

"Hinchas" se refiere a los fanáticos del fútbol. Esos que están todos los domingos en el estadio, vistiendo el uniforme de su equipo favorito, con la cara pintada, gritando y haciendo ruido con sus tambores. "Hincha" viene del verbo "hinchar" y representa que estos apasionados al deporte están "hinchan-do" o agrandando su equipo.

El verdadero hincha, a lo largo de su vida, puede cambiarse de barrio o de ciudad, cambiar sus opiniones políticas y hasta de pertenencia social; pero, hablando de fútbol, es muy raro encontrar a alguien que haya cambiado de colores, de equipo, de esa lealtad elemental que constituye la real futbolera pasión personal. Lealtad que a veces es recompensada con la vanidad de su exhibición, y otras debe ser ocultada cuidadosamente para evitar suspicacias, comentarios irónicos e hirientes, y eventualmente un choque físico. Esa lealtad se convierte en un emblema de orgullo.







El mundo del hincha del fútbol siempre ha sido apasionante. Un hincha del fútbol vive por y para su equipo. La hinchada tiene sus propias canciones de fútbol, y su único afán es ver a su equipo coronado como campeón.

Para el hincha, el fútbol es una pasión. No importa la inversión, no importa lo que se tenga que conseguir para obtener el dinero de su entrada o para viajar a ver a su equipo cuando juega de visitante. Una vez hecho el gasto, retribuido por un triunfo u opacado por una derrota, al siguiente fin de semana, el dinero necesario vuelve a ser el mismo y el rebusque continúa. El fútbol le da al hincha, su forma de vida.

Cuando se es realmente hincha de un equipo se sacan muchas expresiones de si mismo para demostrarle al club lo mucho que se lo quiere, siempre se lo acompaña en las buenas y en las malas, se canta, se grita, se ríe, se celebra, muchas veces se llora de alegría, otras de tristeza y a veces salen de la boca palabras que nunca se quiso o se pensó decir.

Para describir al hincha del Deportivo Pasto, se puede empezar por enumerar dos adjetivos que inmediatamente vienen a la mente cuando se piensa en el hincha tricolor: fiel y exigente.

El hincha del Deportivo Pasto es ante todo, fiel.

La hinchada pastusa es una hinchada joven, nueva, pero que sin embargo alienta al equipo los noventa minutos sin parar. Hace más de 10 años, cuando el equipo jugaba en el campeonato de Ascenso, los partidos de local se jugaban en a estadio lleno (que en ese entonces contaba con capacidad para 9 mil espectadores), con cientos de espectadores más apostados en los techos de las casas vecinas o en los muros del estadio.

El fanático fiel de Deportivo Pasto es, también, tremendamente exigente. El hincha quiere triunfos siempre, y si es por goleada, mejor.

Esta exigencia choca a veces con una realidad inexorable: el Pasto no es un equipo con gran poder económico que pueda darse el lujo de contar con planteles millonarios que le permitan conseguir triunfos con facilidad.

El Pasto, por el contrario, es a veces semillero, pero generalmente se nutre siempre de jugadores jóvenes, a los que se les unen algunos refuerzos de jugadores con trayectoria. Los triunfos del Pasto han sido casi siempre muy laboriosos, conseguidos haciendo derroche de garra y pundonor, contra adversarios muchas veces más poderosos y mejor financiados. Sin embargo, la hinchada tricolor, alimentada por la identidad que el equipo genera en ella, siempre exigirá un triunfo.

El Deportivo Pasto, aparte de tener historia y tradición de equipo "grande" a pesar de su corta participación en el fútbol profesional colombiano, tiene también un profundo arraigo regional. Cuando el Pasto juega, juega también la ciudad y el departamento.

Los hinchas del Pasto son, en su inmensa mayoría, pastusos (ya sea de nacimiento, por adopción, o de corazón), pero también existe un gran número de aficionados que de otros rincones de Nariño, apoyan al equipo.

El amor al Pasto no es sólo la identificación con un color, un logotipo o una imagen, ni producto de la sugestión colectiva que suele brotar cuando un equipo consigue títulos o es exitoso (que es, por lo general, el criterio con el que muchas personas se hacen hinchas de un equipo). El hincha del Pasto es hincha porque se siente pastuso.

# El Deportivo Pasto

El fútbol no ha sido ajeno al territorio nariñense, y aunque la práctica de este deporte en la región data de principios del siglo XX, sólo con la aparición del Deportivo Pasto en el ámbito nacional, a mediados de la década de los 90, se vio al balompié como disciplina deportiva sobresaliente y generadora de logros para San Juan de Pasto y Nariño.

Es importante señalar, en principio, que es muy difícil resumir toda la historia de un equipo en unas pocas líneas, cuando han sido tantos los sucesos que han acontecido desde el primer momento en que alguien utilizó el nombre "Deportivo Pasto" para hacer referencia a un equipo de la ciudad. Por motivos de índole histórica, se ha preferido siempre tomar la fecha de 1949 puesto que desde dicho año, el conjunto nariñense tiene cierta continuidad y se puede decir que a partir del mismo no ha habido una desaparición de la institución como tal.



El 10 de Octubre de 1949 en las oficinas de Bavaria, un grupo de jóvenes del barrio El Ejido, Fátima y Navarrete asistieron a las oficinas de Miguel Humberto López "Milachel", y a través de una charla informal le solicitaron que presida un nuevo equipo de fútbol. "Oro Rojo", fue el nombre que sugirieron Eduardo Delgado, Segundo Onofre, Carlos Mosquera, entre otros. Milachel rehusó la propuesta y sugirió cambiarle el nombre por el de "Club Deportivo Pasto". La propuesta fue aceptada, y el día 12 de Octubre,

El nuevo Deportivo Pasto, ahora jugaba en el estadio perteneciente a la Compañía de Jesús, pero especialmente en el recién construido Estadio Departamental Libertad, fundado por el general Gustavo Rojas Pinilla; su buen fútbol le llevó rápidamente a múltiples logros municipales, y sus grandes logros le llevaron a una época en la que perteneció a una categoría semiprofesional durante la década 50 - 60; sus nóminas las integraron muchos de los jugadores que participaron en juegos nacionales como parte de la selección Nariño, y la llegada de dos extranjeros le dio al Deportivo Pasto un importante ascenso de nivel. Además de esto, algunos de los jugadores llegaron a los equipos del profesionalismo colombiano, como América y Millonarios.

Sin embargo, este "empuje" inicial no fue suficiente, y dicha institución fue decayendo a lo largo de los años. Vale citar también que hasta el año 1995, el Deportivo Pasto vistió un uniforme basado en el del equipo Sport Boys del Perú -equipo que visitó al Deportivo Pasto en la década de los 40- motivado por "Milachel", cuyos colores fueron rosado y negro.

Durante más de 30 años, en los que se destacó como uno de los principales clubes deportivos de la

región, nunca se buscó ascender de categoría, y sólo hasta 1995 un grupo de dirigentes y empresarios nariñenses, le apostó a forjar el sueño de todos los pastusos: tener en la ciudad un equipo de fútbol profesional de la primera división. Para conseguirlo se conformó un equipo en la categoría Primera C con jugadores juveniles de la región quienes rápidamente se coronaron campeones en su zona, es decir la zona Suroccidental.

Un año después, con la gestión política de Antonio Navarro Wolff, alcalde de la ciudad en ese entonces y con el aporte de algunos de los grandes dirigentes nariñenses, se conseguiría que el Deportivo Pasto sea ascendido a la segunda división por invitación expresa de la Dimayor.

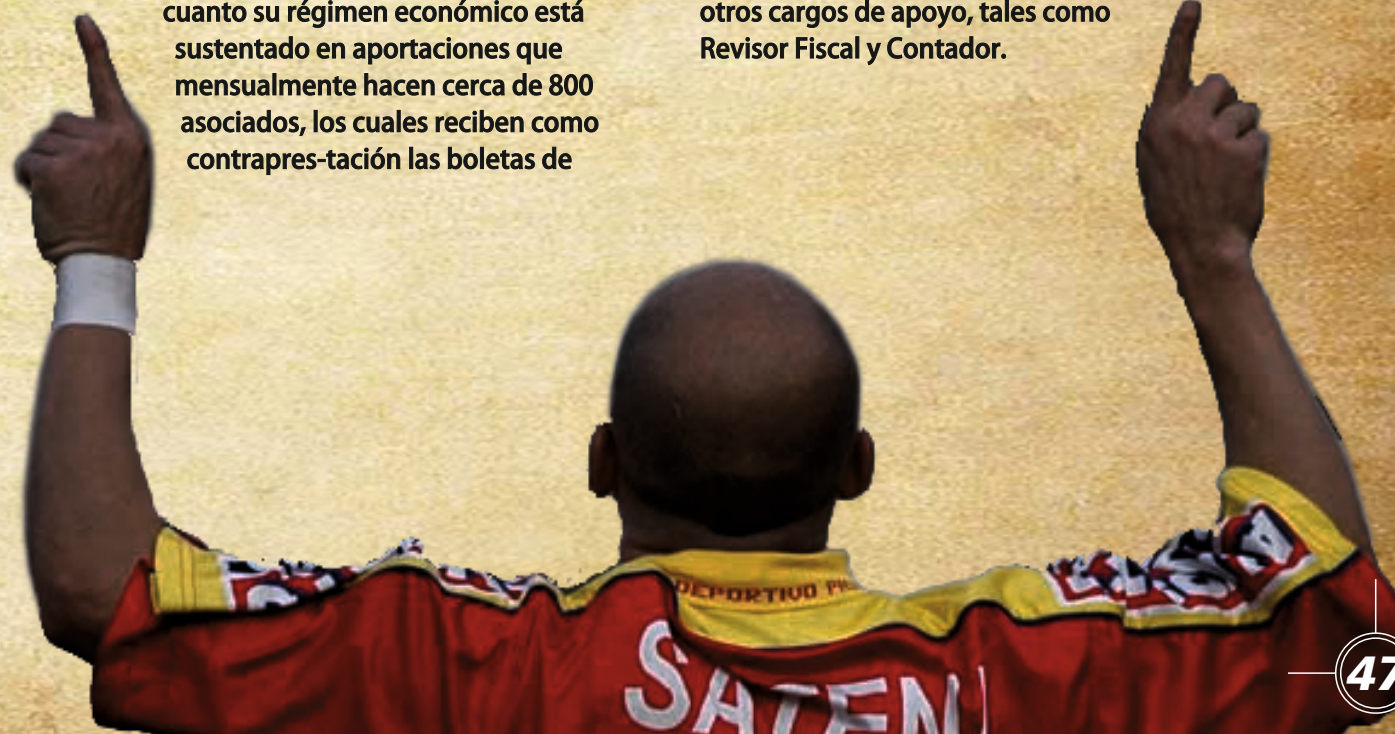
En 1998, sólo 3 años después de participar en la categoría "B", luego de una magnífica campaña a lo largo del año, Pasto terminó Campeón y se convirtió en el nuevo integrante de la primera división del fútbol colombiano, y finalmente, el sueño, se hizo realidad palpable.

Desde entonces, Deportivo Pasto se ha destacado en el torneo, alcanzando un subtítulo en el año 2002, el título de Campeón en el 2006, sumadas a las participaciones internacionales en el 2003 en la Copa Sudamericana y en el 2007 en el torneo de clubes más importante del continente, la Copa Libertadores de América.

El Deportivo Pasto tiene el título de Asociación, por cuanto su régimen económico está sustentado en aportaciones que mensualmente hacen cerca de 800 asociados, los cuales reciben como contraprestación las boletas de

ingreso preferencial a los distintos compromisos que el equipo disputa como local en los torneos nacionales e internacionales.

Administrativamente, Deportivo Pasto tiene a la cabeza un Comité Ejecutivo conformado por cinco miembros: Presidente, Vice-presidente, Secretario, Tesorero y Vocal. El periodo de estos dignatarios es de 3 años. Existen también la Gerencia Deportiva y otros cargos de apoyo, tales como Revisor Fiscal y Contador.





Dentro de su filosofía institucional, Deportivo Pasto maneja la siguiente misión:

***“Somos una asociación dedicada a brindar el espectáculo del fútbol a nivel profesional y aficionado en competencias locales, nacionales e internacionales, en la búsqueda del esparcimiento y aprovechamiento del tiempo libre de la hinchada en general, y de los asociados en particular. Formamos jugadores de fútbol con excelente capacidad técnico-táctica física y psicológica para nuestro equipo profesional. Seres capaces de desempeñarse en la comunidad luego de su paso por el fútbol.”***

Apoyada en la visión que dice:

***“Ser una empresa líder en el fomento del deporte del fútbol y de la industria del esparcimiento en general, consolidándose como una real potencia del Fútbol Profesional Colombiano.***

***Contar con un significativo aporte de jugadores de nuestra región, aprovechando el semillero de las divisiones menores, sustentado en la búsqueda de alianzas estratégicas con entidades nacionales e internacionales para así poder ingresar al mercado competitivo que ayude a mejorar los niveles de rendimiento financiero para lograr una mejor calidad***

***de vida de los deportistas, asociados y aficionados en general, apoyados en una estructura administrativa comprometida y con sentido de pertenencia, con total aptitud de servicio y siempre con la mirada en la excelencia.”***

Además, como una empresa contemporánea, Deportivo Pasto maneja una imagen institucional apoyada fundamentalmente en el arraigo de sus seguidores. De esa imagen se desprenden símbolos tan significativos como la bandera de la ciudad de San Juan de Pasto que ha sido asumida como la bandera del equipo y el himno del Departamento de Nariño, que es el himno de la Institución.

*Desde el mar hasta el Galeras,  
desde el monte hasta el confín,  
hay arrullos de banderas  
y alborozos de clarín.*

*En el carro triunfal de la historia  
suena un grito: ¡A la cumbre ascender!  
las trompetas anuncian la gloria  
y Nariño responde: ¡vencer!*

*Fragmento del Himno a Nariño*

Como se mencionó anteriormente, sólo hasta 1995, Deportivo Pasto empezó a surgir como una verdadera opción para los fanáticos del fútbol en nuestra región. Hasta ese entonces, los equipos foráneos capturaban la total atención de los hinchas, merced a la nula participación de un equipo local en los torneos de fútbol a nivel profesional disputados en Colombia.

Ese número de seguidores ha ido creciendo con el paso de los años y con los logros obtenidos por el club nariñense. Es así como con el subtítulo del año 2002, se empezaron a formalizar barras organizadas no sólo en la ciudad sede, sino también en otras ciudades del país.

Más aún, con el campeonato obtenido en el 2006, se despertó el amor hacia Deportivo Pasto en muchos más fanáticos y aquellas barras crecieron en número y organización, a la par con la institución.

Sin embargo, el número de hinchas de Deportivo Pasto sigue siendo pequeño en comparación a la cantidad de aficionados que apoyan a escuadras de otras regiones del país. Se calcula que de los 400 mil habitantes de Pasto, cerca del 20% (algo así como

80 mil personas), tiene entre sus afectos deportivos al Deportivo Pasto como equipo principal. De esos, sólo un 10% asiste con frecuencia al Estadio.

Para la Asociación Deportivo Pasto, el hincha es el cliente. Es el motivo de existir y al mismo tiempo, es el soporte económico de la institución. Es así como una de las estrategias fundamentales de Deportivo Pasto, es atraer a más hinchas, a más seguidores que fortalezcan la identidad del equipo y sustenten los costos de operación.

Centrándose en el porcentaje de personas que se consideran hinchas de Deportivo Pasto, se aplicó la encuesta encaminada a determinar la información que ellos encuentran en los distintos medios de comunicación de la localidad. Es así como es palpable la escasez de datos, noticias y notas sobre su equipo y la urgente necesidad de un medio oficial que garantice no solo suplir tal insuficiencia de información, sino también generar lazos de unión empresa-cliente para entretener y fortalecer la identidad que el hincha ha formado para con su equipo

Y es que para el hincha de Deportivo Pasto, su equipo lo es todo. El hincha del equipo nariñense, ha tenido que pasar de todo, desde salvar el descenso, hasta celebrar un campeonato.

Ha vestido la camiseta roja con orgullo y la guarda casi como un tesoro junto a la foto o al afiche que consiguió con dificultad. El hincha del Deportivo Pasto ha tenido que ver como su región, su ciudad y su equipo, son marginados y menospreciados, pero también ha disfrutado cuando se le ha ganado a los llamados "grandes" y cuando los comentarios punzantes y malintencionados de comentaristas deportivos del interior del país, han quedado en el piso merced a las grandes actuaciones deportivas.



Llorar, reír, gritar, insultar, hacen parte de la vida del hincha de Deportivo Pasto. Ese hincha que quiere ver a su equipo en los titulares de los noticieros, en las primeras planas de los diarios, anunciado como el campeón, como el protagonista, como el líder.

La hinchada del equipo pastuso ha ido creciendo y madurando. Hasta hace unos años era triunfalista y sólo acompañaba al equipo cuando este pasaba por buenos momentos. Hoy en día, a pesar de llevar un par de campañas con deficientes resultados, el hincha se ha hecho presente en el estadio para apoyar, pero también – con todo derecho- para exigir.

*Hinchas pastusos,  
de otros equipos,  
no son pastusos de corazón,  
son unas putas, que dan el culo,  
por los equipos de otra región*



*Yo soy del Pasto porque Dios lo quiso así,  
no voy a cambiar.*

*Venirte a ver es la locura,  
es mi pasión, es mi debilidad.*

*Esta vez, la vuelta vamos a dar.*

*Cánticos de Attake Massivo, barra del Deportivo Pasto*



# La Televisión

Con la Revolución Tecnológica a mediados del siglo XIX, los medios de comunicación, en especial los audiovisuales, avanzaron proporcionalmente su alcance. Uno de ellos sin lugar a dudas es la televisión, que poco a poco se ha transformado en el mayor acontecimiento, en relación con la cultura tanto artística como intelectual, en el campo de la comunicación de masas.

A lo largo de su desarrollo, la televisión ha ido ganando terreno a los otros medios informativos - como la prensa escrita y la radio- y, en muchas sociedades, se ha convertido en la principal fuente diaria de información.

La televisión es el resultado de la convergencia del sonido y la imagen, lo que significa, que emite



Con la Revolución Tecnológica a mediados del siglo XIX, los medios de comunicación, en especial los audiovisuales, avanzaron proporcionalmente su alcance. Uno de ellos sin lugar a dudas es la televisión, que poco a poco se ha transformado en el mayor acontecimiento, en relación con la cultura tanto artística como intelectual, en el campo de la comunicación de masas.

A lo largo de su desarrollo, la televisión ha ido ganando terreno a los otros medios informativos - como la prensa escrita y la radio- y, en muchas sociedades, se ha convertido en la principal fuente diaria de información.

La televisión es el resultado de la convergencia del sonido y la imagen, lo que significa, que emite sus mensajes de manera visual y acústica; el componente visual obliga al espectador a encontrarse ante la pantalla sin poder prestar atención a ninguna otra cosa que no sea mirar lo que está ocurriendo en ella. El hecho de concentrarse de forma total en una situación explicaría, en parte, el gran atractivo e influencia que ejerce la televisión sobre los individuos, a los que absorbe la mayor parte del tiempo libre con que cuentan.

La televisión, por su presencia masiva, su lenguaje, especialmente motivado en lo cotidiano y por el modo espectacular en que presenta y produce cada acontecimiento social, se ha tornado punto modal de nuestra cultura permeando toda la sociedad en su conjunto.

Hoy en día, los medios de comunicación constituyen una herramienta persuasiva que nos permite mantenernos en continua comunicación con los distintos sucesos sociales, políticos y económicos tanto a escala nacional como internacional. En las sociedades contemporáneas es cada vez mayor la importancia de los medios masivos y en particular de la televisión. Esta influye sobre la forma de actuar o de pensar de las personas, logra modificar la forma en que los hombres conocen y comprenden la realidad que los rodea. La importancia de la TV en el proceso de socialización de niños, jóvenes y en general de todos los integrantes de la sociedad están relacionadas con la calidad de los contenidos de los programas de tipo educativo, informativo y de entretenimiento que transmite y que influyen en los hábitos de consumo de la población.

Es conocida por todos la influencia que tiene la televisión en la vida de las personas y la cantidad de tiempo libre que se le dedica. Esa influencia es muy grande en el caso de los niños y jóvenes, en especial en la formación de su identidad.

La TV es el instrumento que mejor adapta su función a la formación de valores, de modos de vida, de estereotipos, etc., que al medio le convienen; transmite y forma estereotipos sociales en los cuales se presentan directa o indirectamente, mensajes que conforman una actitud. Es entonces positivo, el papel que ejerce la televisión, dado que al recibir imágenes de todas partes del mundo y de variadas temáticas, se amplían los conceptos del hombre y su cultura.

La televisión influye en las opiniones y en las actitudes del hombre de manera más efectiva que otros medios. La identificación con que lo entrega y la credibilidad en ella, es mayor que la que ocurre con la prensa y la radio. Sin embargo, es evidente que la televisión está condicionada por las características y hábitos de su público, pero también ella misma constituye un factor condicionante en la formación de los hábitos sociales.

Este medio masivo ha invadido la vida de todas las sociedades, conformando una mentalidad nueva y convirtiendo el lenguaje de las imágenes en un también nuevo idioma que reemplaza el idioma escrito.

El lenguaje televisivo tiene que ser comprendido instantáneamente pues, a diferencia del libro, aquí no se puede releer la página. Aquí hay que llamar la atención de la vista y el oído, en forma sincronizada y complementaria, sin decaer un instante, pues si la televisión no comunica en el mismo momento de la transmisión no sirve, no deja huella alguna. El lenguaje audiovisual utiliza el más elemental de los medios de comunicación: la imagen. Esta presenta sobre la palabra, la ventaja de su mayor comprensibilidad, además de su mayor fluidez.

Este lenguaje audiovisual, al igual que el lenguaje hablado o escrito, se basa en símbolos, y se dirige al receptor tratando de buscar en éste una misma interpretación de las imágenes que entrega. A la imagen misma se añaden palabras, música, ruidos o simplemente silencio, lo que la viene a afirmar por analogía.

Para ello debe estudiar no sólo el mensaje, sino también el medio que utilizará para hacerlo llegar, además de los receptores a los cuales quiere llegar.

Si la televisión se basa en la imagen, y la imagen hoy constituye el elemento más determinante de las características de nuestro ámbito de vida, la comunicación en la actualidad no se puede concebir de otra manera que no sea mediante la utilización de la imagen y la palabra conjuntamente.

El diseño gráfico en la actualidad desempeña un papel preponderante en la industria televisiva ya que la elaboración de una identidad visual de cada canal o de cada programa de televisión es el resultado de la utilización de una serie de elementos gráficos que ayudan al espectador a identificar inmediatamente el canal de su preferencia o a identificarse plenamente con la producción que está observando.

El reconocimiento de la importancia del aporte del diseño gráfico a la televisión apenas se ha dado en los últimos años. Ha tardado demasiado, teniendo en cuenta que es un medio que


depende de las imágenes y de la información gráfica. Hasta hace relativamente pocos años, la competencia desatada por la audiencia entre las distintas televisiones, por un lado, y la publicidad con sus elevados estándares de producción, por otro, impulsaron definitivamente esta profesión. De esta forma, la necesidad que tiene la televisión moderna de incorporar títulos, símbolos, ilustraciones e imágenes en movimiento en la pantalla, ha acabado creando una nueva rama del diseño gráfico, involucrada directamente con la producción de televisión.





Dentro de la producción de televisión, el trabajo de Diseño gráfico representa una experiencia visual porque se logra un equilibrio en la relación espacial intuitiva de los objetos / elementos y colores que se utilizan en la composición.

En todo momento se debe considerar que las formas que percibe el espectador son el resultado de la reciprocidad que existe entre el material que se presentamos y el sistema nervioso de quien observa. Es por eso que aspectos como la fotografía, la iluminación, la dirección de arte, entre otros, son directamente afectados por la intervención del Diseño Gráfico.



**Sin lugar a dudas, el diseño gráfico, teniendo en cuenta la necesidad de producir espacios audiovisuales, debe ser parte esencial de estos proyectos.**

**Y evidentemente el fútbol, se ha beneficiado de gran forma con la televisión, pues esta ha sido determinante para que el deporte sea el más seguido en el planeta y para que muchos de los ingresos que reciben los clubes alrededor del mundo, provengan de los derechos de transmisión de televisión de partidos amistosos, torneos y campeonatos que se desarrollan durante todo el año sin parar.**

**Hoy en día, no es posible concebir el fútbol sin la televisión.**



# PROCESO gráfico

## Conceptos de Diseño

La implementación gráfica de los elementos a intervenir dentro del Programa de TV de Deportivo Pasto, tiene que relacionarse directamente con la imagen que se quiere resaltar del equipo, y con aquello que se pretende lograr a partir de la producción de este programa. En ese sentido, es razonable establecer los siguientes conceptos de diseño para el proceso de producción gráfica, los cuales han sido obtenidos a partir de la investigación:

La que se genera a partir de la relación Deportivo Pasto - Hinchas, y que se convierte en el eje fundamental de la actividad del equipo como empresa.

## **Identidad**

## **Nariño**

Desde el contexto nariñense, el Deportivo Pasto aparece como empresa insignia de la región, por lo que sumada a la Identidad, la cultura nariñense es aspecto central de la imagen a producir y mostrar

A una escala más global, el fútbol es unánime en la pasión que despierta entre sus miles de seguidores y por tanto es esencial representar este concepto en todo aquello que refiera a este deporte.

## **Pasión**



# Parámetros de Diseño

La convocatoria realizada a los hinchas para que produzcan piezas gráficas en la que representen su pasión por Deportivo Pasto utilizando cualquier técnica, permitió establecer características comunes que se tornan funcionales y relevantes dentro de la producción de los elementos gráficos de Pasión Tricolor.

La inclusión de tales características que tienen que ver con imagen, color, ornamentación, uso de fotografía, entre otras, garantiza que el producto final representará en gran parte el deseo del cliente y le permitirá a éste, sentirse identificado con el programa.











# Parámetros de Diseño

## Formato

Programa de televisión

## Características

Magazín de entretenimiento + información

## Elementos gráficos

Duración efectiva 25'

Duración: Entre 5 y 60"

Animación 2d y 3d + fotografía y video

## Contenido

Duración por sección: 3 a 8'

Expresión gráfica de piezas creadas por los hinchas del equipo , combinados con digitalización de video alusivo al Deportivo Pasto (jugadores, jugadas, hinchas, estadio, etc).

## Color

La paleta de colores se establecerá teniendo en cuenta aquellos símbolos que relacionan directamente al hincha con el equipo, tales como la camiseta, la bandera, cantos, etc.

## Dir. Fotografía

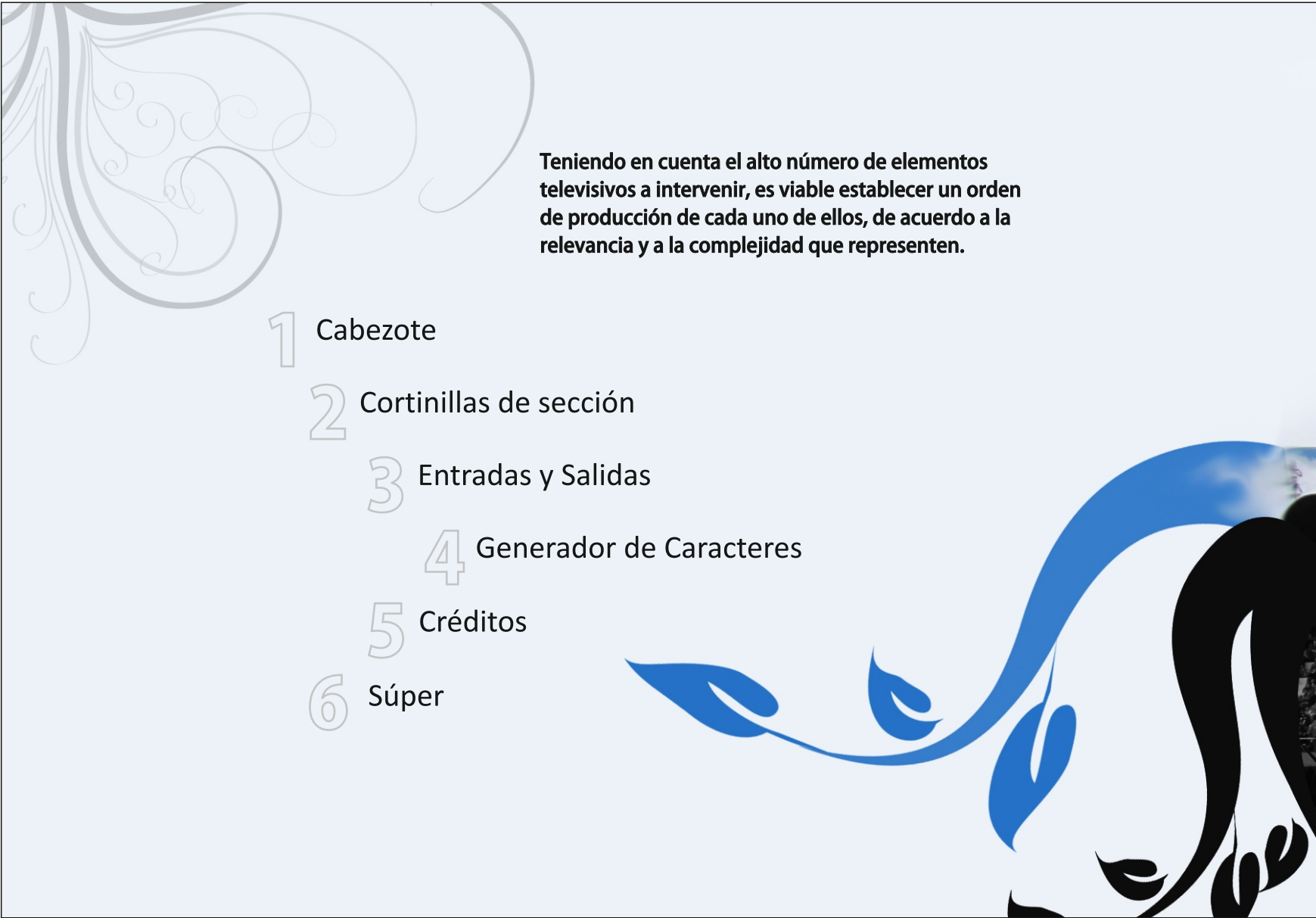
Manejo de planos y de cámara

Iluminación

## Musicalización

Sonido ambiental / Cánticos de las barras

Composiciones a partir de los cánticos



Teniendo en cuenta el alto número de elementos televisivos a intervenir, es viable establecer un orden de producción de cada uno de ellos, de acuerdo a la relevancia y a la complejidad que representen.

- 1 Cabezote
- 2 Cortinillas de sección
- 3 Entradas y Salidas
- 4 Generador de Caracteres
- 5 Créditos
- 6 Súper

# Orden de Producción



# Cabezote Bocetación

El primer elemento a desarrollar será el cabezote, a sabiendas de su particular y fundamental participación dentro del esquema del programa. Un buen cabezote, resumirá el concepto de todo el espacio y llamará la atención tanto de aquel que conscientemente ha decidido ver el programa, como de aquel que llegó por casualidad.

En el caso particular, se toma como protagonista el escudo de Deportivo Pasto, dado su reconocimiento a todo nivel y como parte del fortalecimiento de la imagen de la Institución. Con él, en medio de la ornamentación característica del diseño contemporáneo, se hará el realce a la imagen de la ciudad y de momentos de gloria del equipo, centrado en el “templo” donde se ha desarrollado su historia: el Libertad.

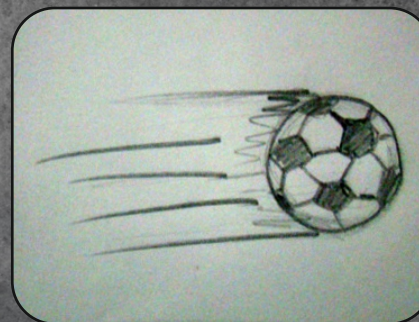
Duración: 30 a 40 seg



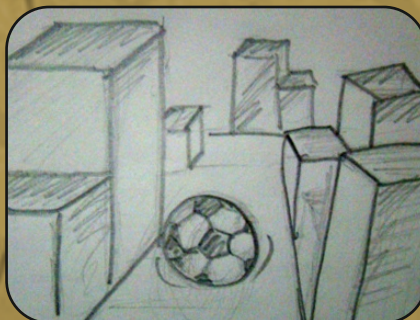
1. Se ve la sombra del escudo el cual es iluminado por varios rayos de luz.



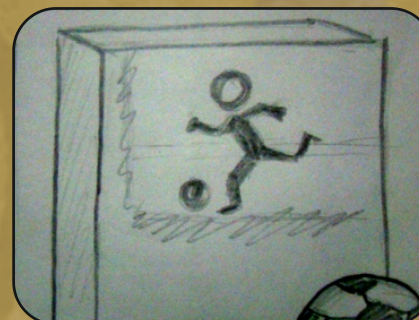
2. El balón y el escudo se separan. El escudo se pierde en el fondo.



3. El balón empieza a volar por el aire.



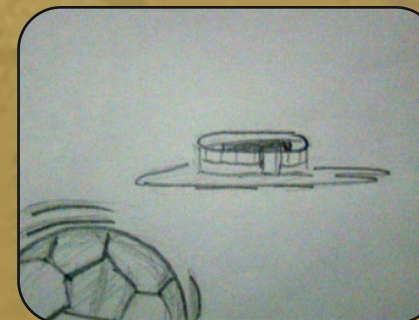
4. Se llega a una ciudad que se ve en siluetas. Se denota que es Pasto por las construcciones e Iglesias.



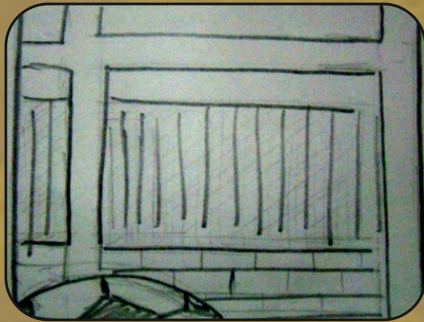
5. El balón pasa por edificios en los que se ven videos de jugadas de Deportivo Pasto.



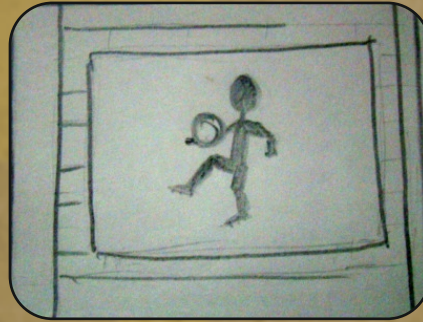
6. Se hacen primeros planos del balón en movimiento.



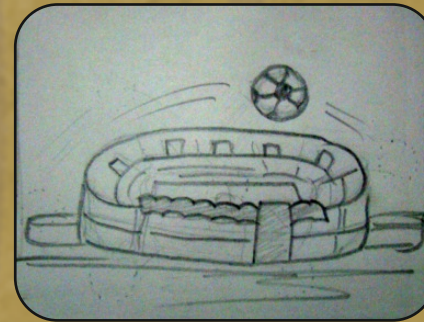
7. Se ve un plano general en el que a lo lejos se vislumbra el estadio Libertad.



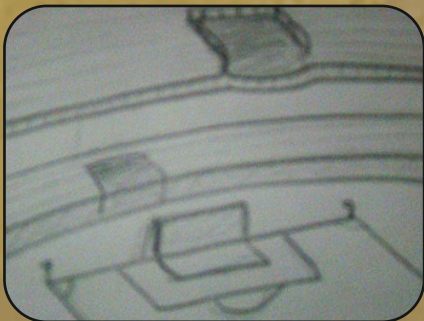
8. El balón llega al estadio y empieza a recorrerlo por fuera.



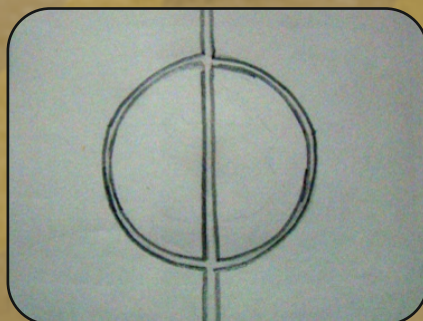
9. En las paredes del estadio, se ven videos de momentos importantes de Deportivo Pasto.



10. Gran Plano general del estadio y del balón girando



11. Se ve el interior del estadio



12. Toma aérea del círculo central del terreno de juego. De allí, sale el escudo de Deportivo Pasto.



13. El escudo y el balón se unen otra vez. Aparece el nombre del programa.

# Cabezote Ornamentación

La serie de elementos gráficos que se incluye dentro del cabezote, está relacionada con la gráfica popular producida por hinchas y seguidores del Deportivo Pasto, en la que se manifiestan aspectos contemporáneos de la ornamentación y el estilo grunge.





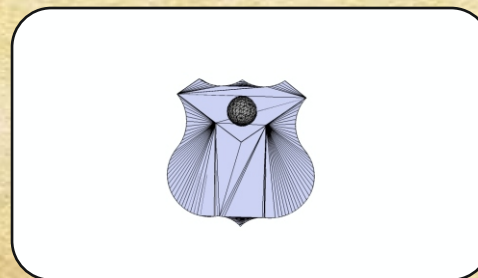
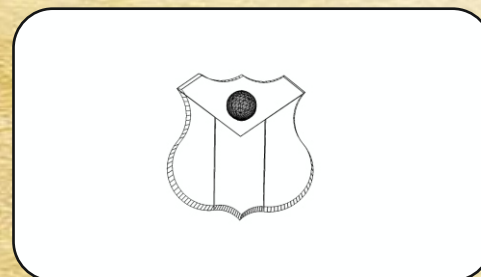
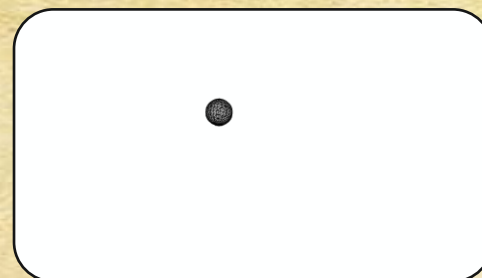
# Avances Gráficos

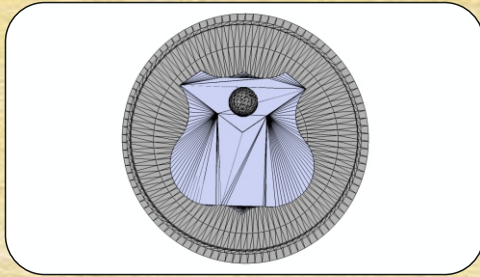
El modelado del escudo de Deportivo Pasto, se realizó utilizando los software SketchUp y Cinema4D.

Para enlazar cada elemento e involucrar los movimientos de cámara, efectos y animaciones que acompañarán el desarrollo del cabezote y demás elementos gráficos de la pieza final, se ha utilizado el programa After Effects Cs4.

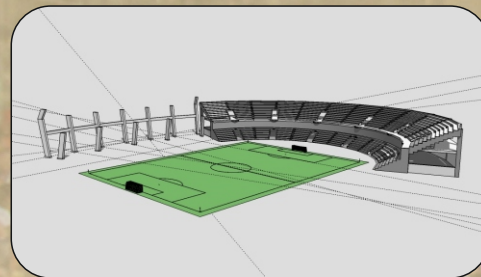
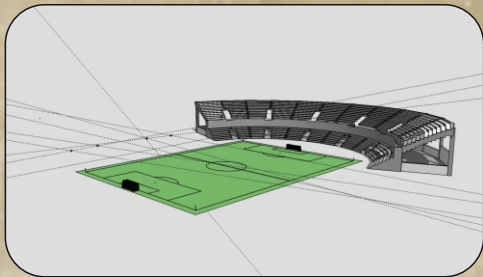
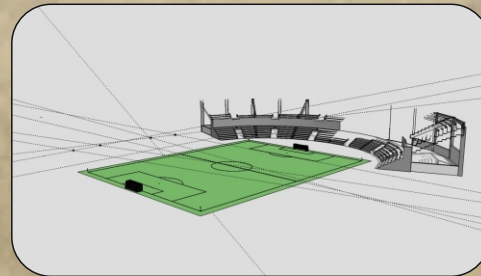
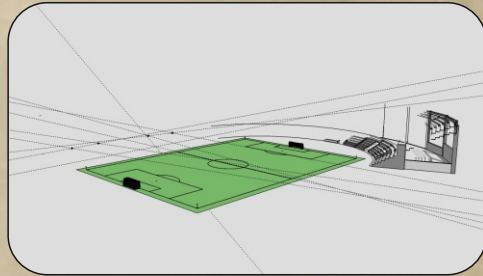
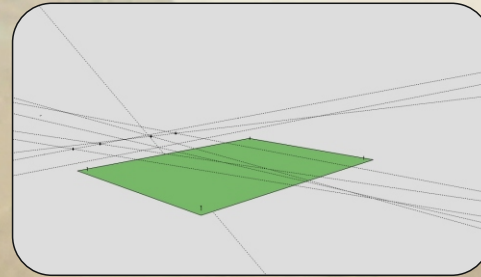
La edición, recorte y retoque fotográficos, se llevó a cabo mediante Photoshop Cs4.

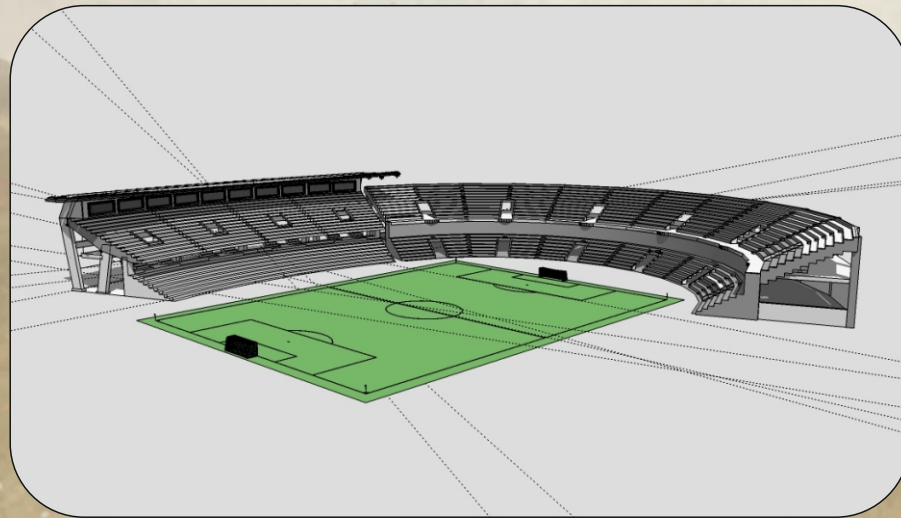
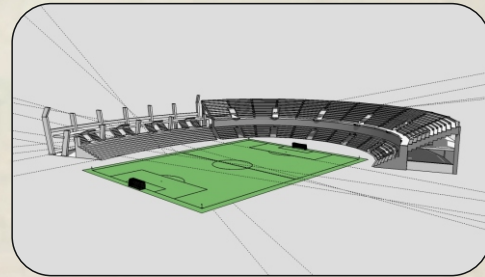
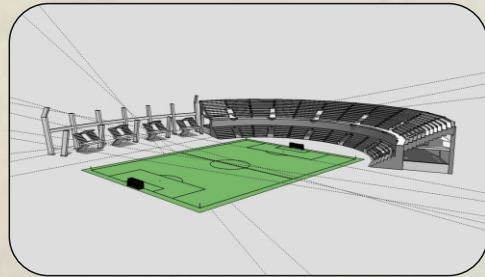
Para efectos de edición de video, Mocha y After Effects, brindaron las herramientas necesarias para obtener el resultado final esperado





# Modelado Estadio



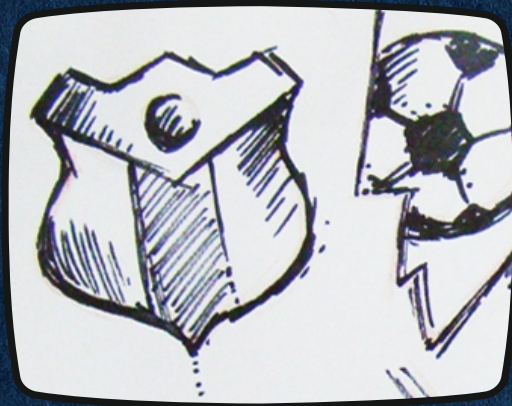


# Producción Cabezote

El cabezote de “Pasión Tricolor” se divide en dos partes. La primera de ellas nos lleva a un recorrido por Pasto mediante la visualización de fotografías de lugares representativos de la ciudad, combinados con la aparición de hinchas y jugadores del Deportivo Pasto de las diferentes épocas desde que el equipo nariñense participa del fútbol profesional Colombiano. Estas imágenes van acompañadas de la ornamentación diseñada a partir de la compilación de imágenes obtenidas de los hinchas y usando la paleta de colores tricolor.

El enlace entre esta primera parte y la segunda, lo hace un elemento icónico de la cultura de nuestra región como lo es el Volcán Galeras. De él, se desprende una explosión de colores y de pequeños elementos circulares que representan la gran cantidad de seguidores del Deportivo Pasto y que, en la parte final del cabezote, cobran importancia pues son la base sobre la cual se muestran videos de hinchas, jugadas y momentos históricos que se han vivido a lo largo de estos 10 años de participación, para finalmente, formar el logo de “Pasión Tricolor” en un ambiente dinámico, festivo y colorido. La musicalización del cabezote corre a cargo de “Locos por el Pasto”, tema interpretado por una de las barras más representativas del equipo, Attake Masivo.



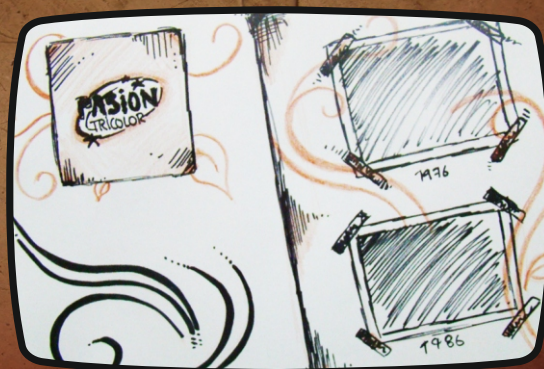


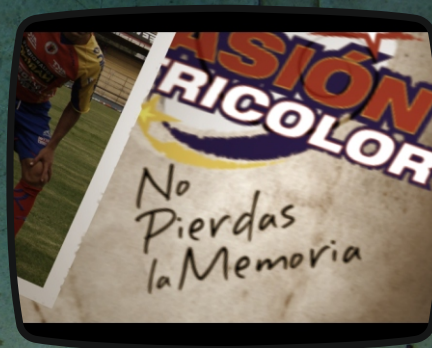




# Producción

## Cortinilla Historia



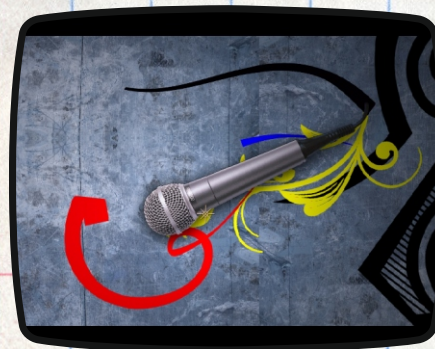
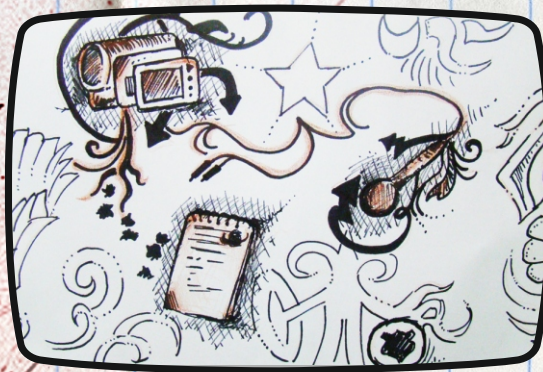


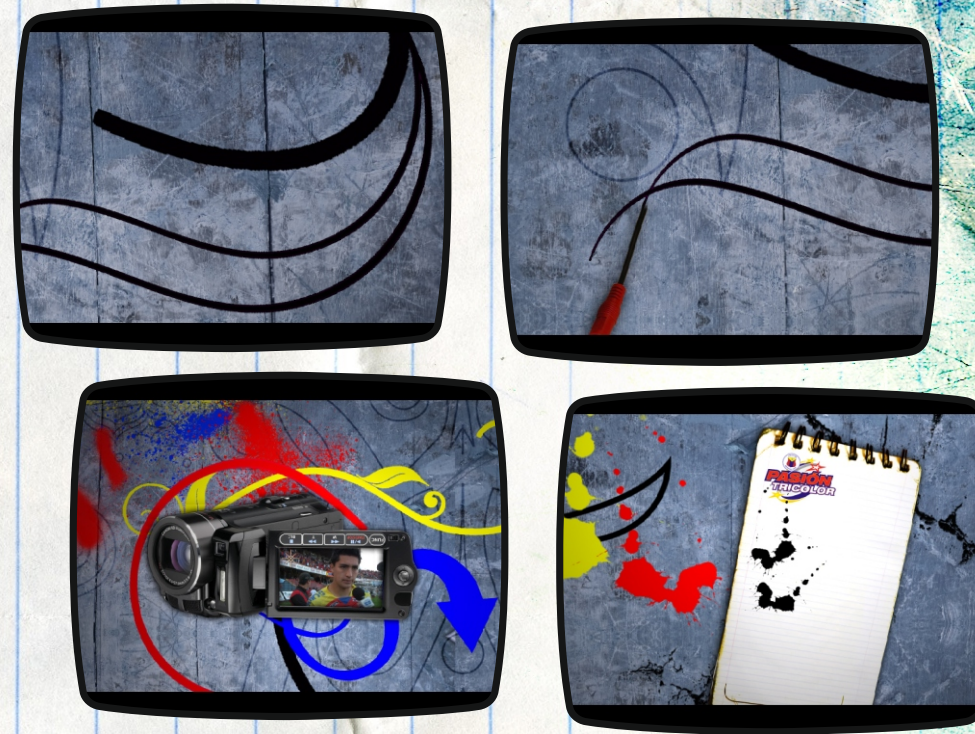
La sección "No pierdas la memoria" es sumamente importante dentro de la estructura de "Pasión Tricolor", dada la necesidad de que los hinchas, y de modo especial los niños y jóvenes, conozcan los acontecimientos que han marcado la historia del Deportivo Pasto. En su cortinilla, se ha utilizado como elemento base un álbum de fotografías, sobre el cual se hace un recorrido a través de los 60 años de vida del equipo, desde su primera aparición, hasta su actual participación en el Torneo de Ascenso del fútbol colombiano.

Un álbum de fotografías es un elemento representativo de la historia desde cualquier aspecto, incluyendo el fútbol, a sabiendas de que muchos hinchas guardan entre sus bienes más preciados, fotos y recortes de su equipo.

# Producción

## Cortinilla Entrevistas

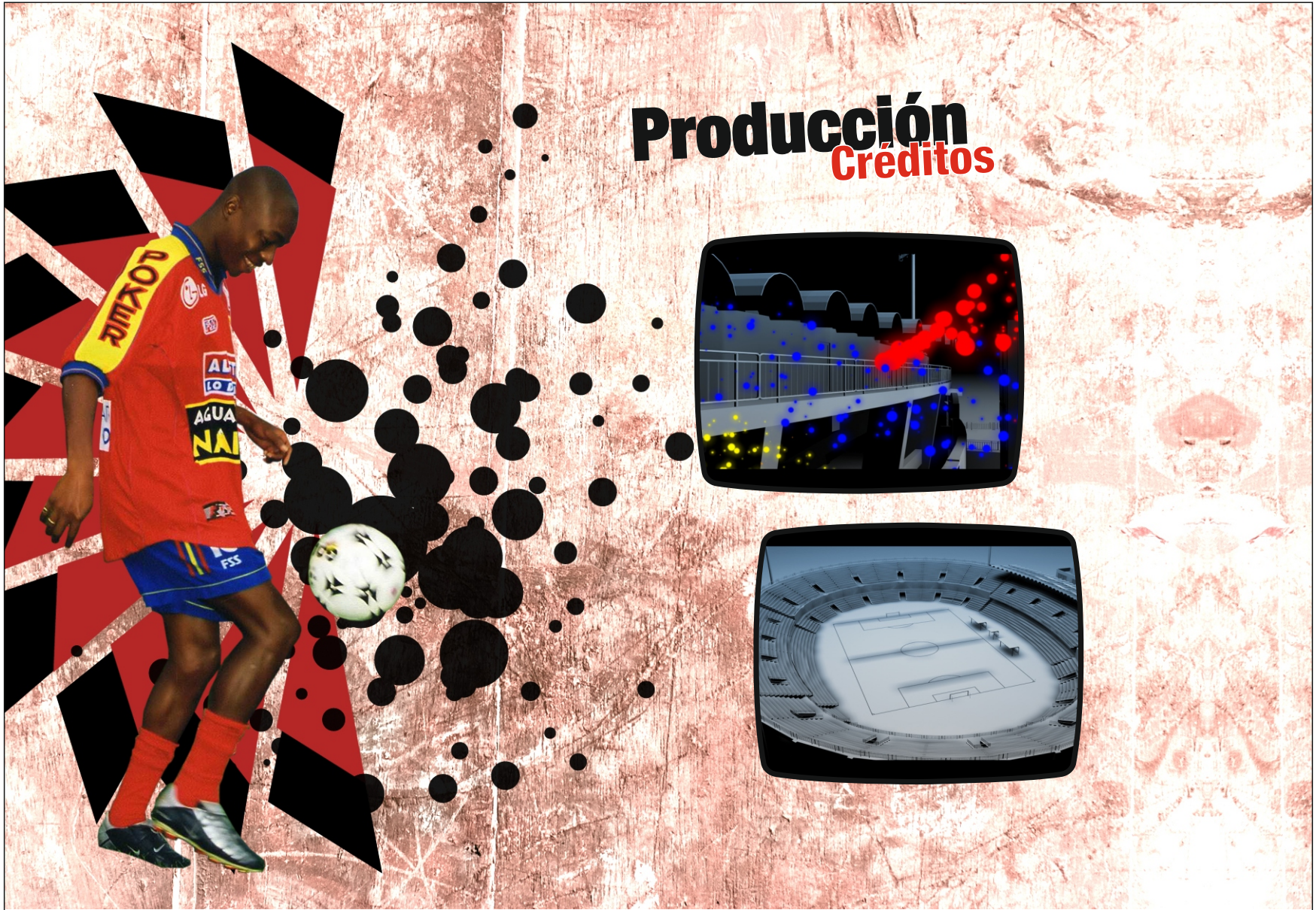


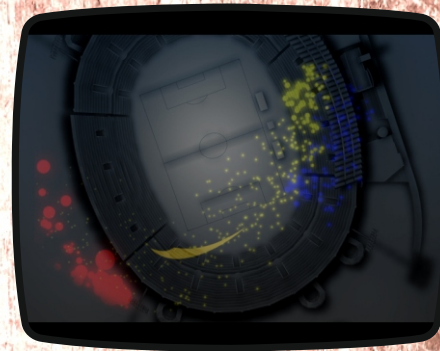


Para la cortinilla de la sección de entrevistas se han tomado los elementos de carácter periodístico que hacen posible la realización de notas a jugadores, hinchas, directivos, etc. Sobre el plano, aparecen micrófonos, cámaras de video, cables y una libreta de apuntes, que gracias a los movimientos de cámara y a la colorida ornamentación, toman vida y dinamismo, manteniendo el concepto de pasión por el Deportivo Pasto.

# Producción

## Créditos





Para los créditos se ha utilizado el modelo en 3D del Estadio Libertad, acompañado de los elementos que representan a la hinchada y que, animados, forman el logotipo del programa.

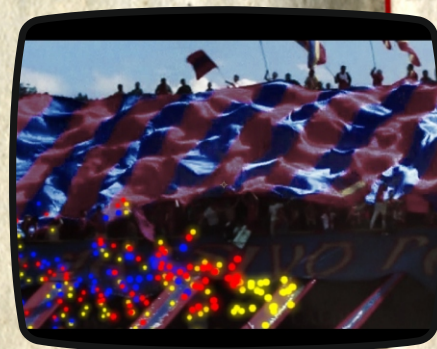
El espectador podrá visualizar un recorrido sobre el estadio que incluye tomas de cámara que permiten tener una imagen distinta de nuestro estadio.

En cuanto al color, se ha mantenido el estadio en una escala de grises queriendo reflejar elegancia y al mismo tiempo, para darle al logotipo un soporte y un contraste adecuado dado su colorido.



# Producción

Entradas y salidas



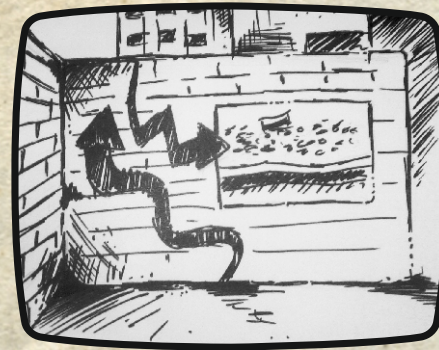


En las entradas y salidas se ha hecho uso de videos representativos de la hinchada de Deportivo Pasto manejando el cambio de tonalidad. Para la entrada, la imagen empieza en monotonía para convertirse a full color acompañada de la explosión de color que forma el logo del programa y el título. Para la salida, sucede el proceso inverso.



# Producción

## Cortinilla Hinchas



Continuando con la idea de que el televidente se identifique con el programa, la cortinilla de ésta sección nos hace un recorrido por una galería virtual informal, en la que vemos representados momentos particulares de la hinchada, sus productos gráficos y cualquier tipo de imagen que ponga en manifiesto el amor y la pasión de los hinchas por su equipo.



# Producción

Generador de caracteres



El generador de caracteres en Pasión Tricolor se mantiene en la línea de dinamismo por cuanto sale de ser el elemento que generalmente aparece estático y en la parte inferior de la pantalla, para ser parte activa de la imagen de quien está presentando.

Presentará información de primer y segundo nivel e irá acompañado del logotipo del programa, el cual se ubicará en la esquina inferior derecha.

La tipografía elegida es una palo seco para facilitar la lectura de cualquier persona y se trabajará en color blanco con bordes azul y rojo. El tamaño sale un poco de lo tradicional y hace cobre importancia dentro del cuadro.







# CONCLUSIONES

1. Deportivo Pasto es una de las empresas insignia del Departamento de Nariño y como tal, necesita ser reconocida a nivel nacional e internacional.
2. La hinchada de Deportivo Pasto requiere y necesita de un espacio oficial en por lo menos un medio de comunicación masivo, que le brinde información veraz y oportuna acerca de lo que está sucediendo con su equipo, y que le permita además, fortalecer su sentido de pertenencia para con la ciudad y con la institución.
4. La mejor opción para fortalecer la identidad que Deportivo Pasto genera en sus hinchas es un programa de televisión, gracias al carácter masivo y audiovisual que este medio posee.
5. Es necesario hacer uso de otros medios de comunicación como la Internet y los medios impresos, para fortalecer el propósito de Pasión Tricolor y garantizar un acceso total y permanente a la información sobre Deportivo Pasto.
6. El diseño gráfico es fundamental a la hora de establecer la identidad visual de un programa de televisión en aras de lograr el objetivo de comunicación que se plantea desde la relación Deportivo Pasto-Hinchas.





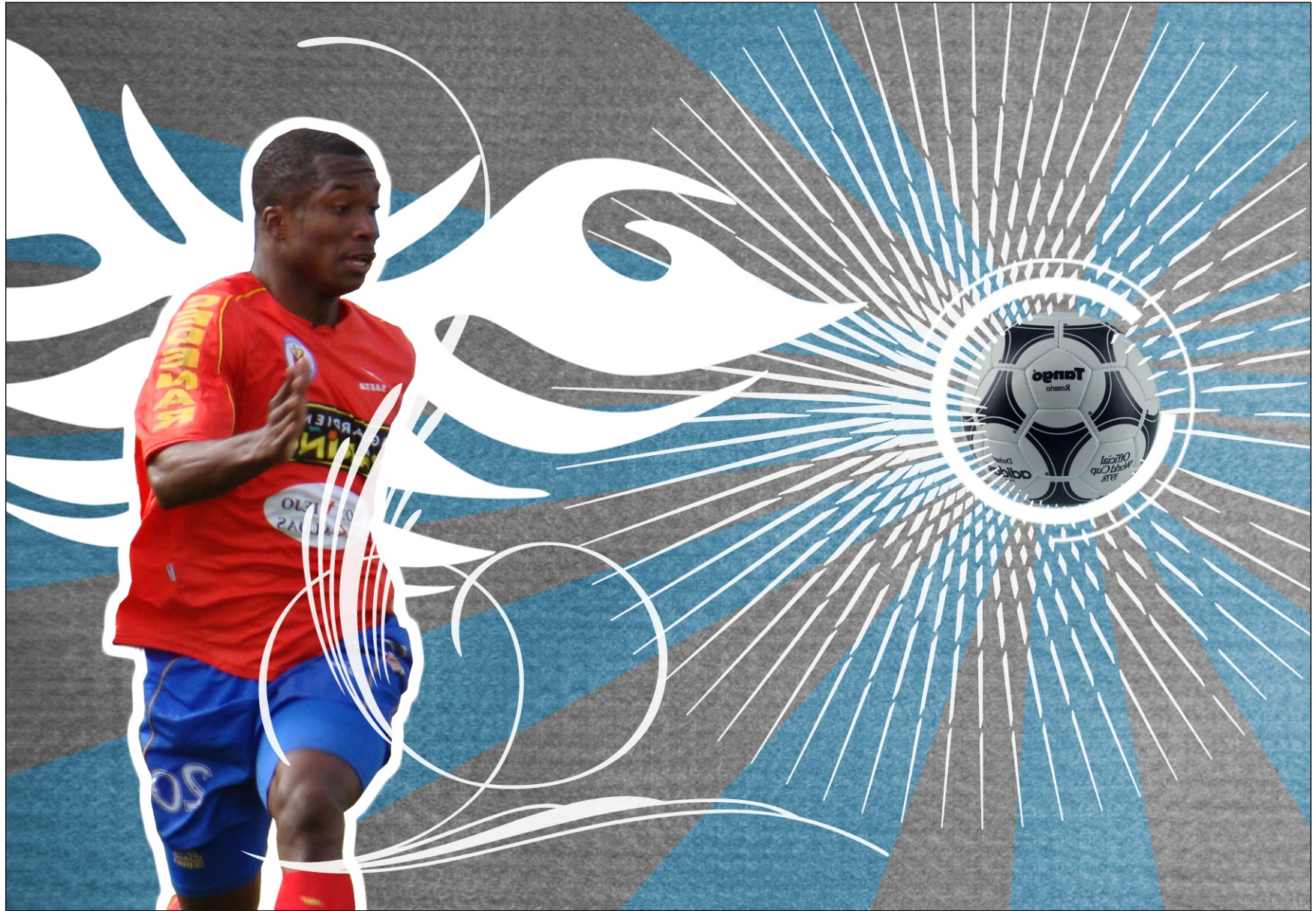
# BIBLIOGRAFÍA

**SAINZ, Miguel.** Manual básico de producción en televisión. España: Editorial IORTV, 1995. 244 p. ISBN 84-88788-02-9.

**MILLERSON, Gerald.** Realización y producción en televisión. España: Editorial IORTV, 2001. 920 p. ISBN 9788488788443

**MONTENEGRO, Mauricio.** El libro de Oro del Deportivo Pasto. Colombia. 2007.

**INSUASTY, Hernán.** El Deportivo Pasto es de todos. En: Diario del Sur, Pasto: (11 de noviembre de 2009); p. 3C.





# **PASIÓN TRICOLOR**

San Juan de Pasto  
Asociación Deportivo Pasto  
Universidad de Nariño  
Mauricio Montenegro  
Wilmer Zambrano  
2010