



Titulo de la tesina: **Planika - Proyecto multisoporte de comunicación para concientizar sobre la práctica del trekking**

Apellido y nombre del tutor del trabajo: **Jorge Bardelás**

Apellido y nombre del alumno: **Diaz Maja**

Carrera: **Diseño gráfico**

Número de matrícula: **202-19162**

DNI: **95215484**

Firma del alumno:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Maja Diaz", is written below the text "Firma del alumno:".

Latitude: 46°22'59.99"N

Longitude: 13°49'59.99"E

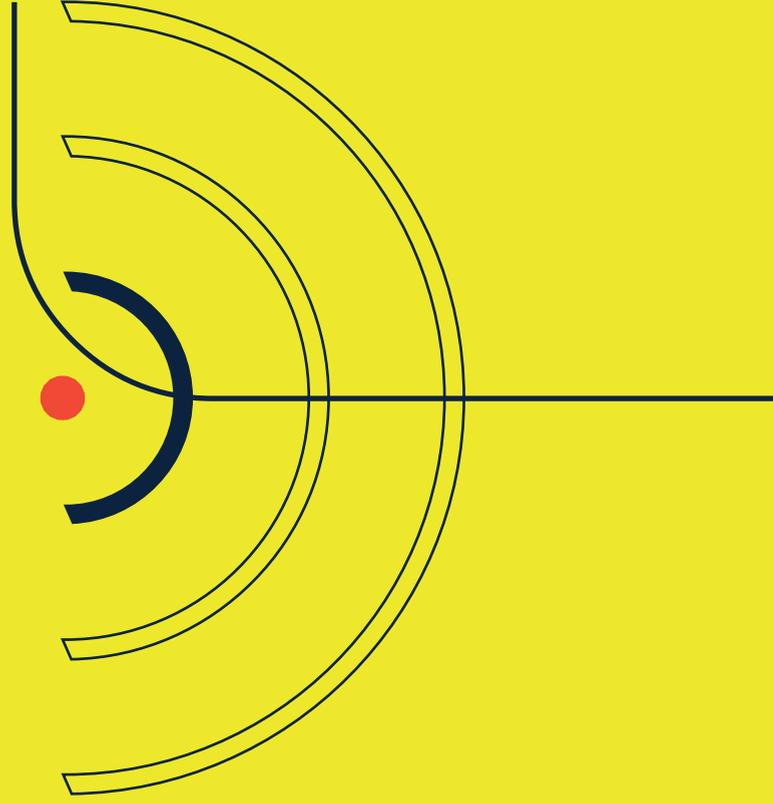


Planika

Trabajo final de carrera 2021

Diseño gráfico

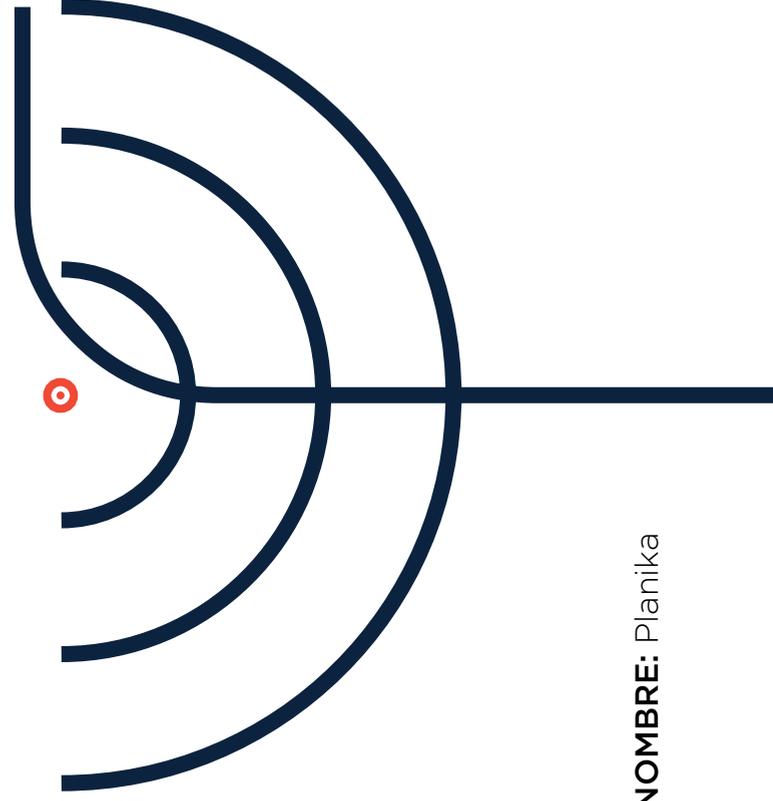
PLANIKA



Trekking como estilo de vida



PLANIKA



PROYECTO: "Proyecto de multisoporte de comunicación para concientizar sobre la práctica del trekking."

AUTOR: Maja Diaz

MATRICULA: 19162

TUTOR: Jorge Bardelás

NOMBRE: Planika

PRESENTACIÓN: Noviembre 2021

*Indice

Introducción

8

Mapa conceptual

10

Marco descriptivo

12

- / Planteo de problema
- / Objetivos del proyecto
- / Justificación
 - . TEMPORALIDAD Y ESPACIALIDAD
 - . PUBLICO OBJETIVO

Marco contextual

16

- / La flor Planika
 - . SIMBOLOGÍA
- / La cultura eslovena y Triglav
 - . LA NATURALEZA Y LOS ESLOVENOS
 - . ¿VAMOS A LAS MONTAÑAS?
 - . UNA LARGA Y RICA TRADICIÓN
 - . KILÓMETROS DE RUTAS DE SENDERISMO Y MONTAÑISMO
 - . UN ESLOVENO VERDADERO
- / La vida en las grandes ciudades
- / El hombre y su relación con la naturaleza
- / ¿Porque caminamos?
- / La necesidad de descubrimiento/nuevas experiencias
- / Desarrollo humano y personal
- / Salud y calidad de vida

Marco teórico

42

- / Definición dentro de deportes de montaña
 - . DIFERENCIAS ENTRE SENDERISMO Y TREKKING
- / Como se practica trekking
 - . QUIÉNES PUEDEN HACER TREKKING
 - . EL EQUIPO
 - . REGLAMENTACIONES
- / Beneficios para la salud física y mental
- / Turismo/ecoturismo
- / Naturaleza y patrimonio cultural
- / Descubrimiento de flora y fauna
- / Ecología y cuidado del medio ambiente
- / Alternativas en Argentina
 - . TANDIL /PCIA DE BUENOS AIRES
 - . TORNQUIST /PCIA DE BUENOS AIRES
 - . EL CHALTÉN /PCIA DE SANTA CRUZ
 - . PARQUE NACIONAL LANÍN /PCIA DE NEUQUÉN

- / Caminar y el ser humano
- / Naturaleza, según la filosofía
- / Marco Teórico Especifico
 - . DISEÑO GRÁFICO SOCIAL
 - . DISEÑO GRÁFICO DE EXPERIENCIAS
 - . DISEÑO GRÁFICO EMOCIONAL
 - . DISEÑO LÚDICO-DIDÁCTICO
 - . GRÁFICA INTERACTIVA Y ESPACIAL
 - . DISEÑO GRÁFICO EDITORIAL
 - . LITERATURA INFANTIL
 - . LIBROS IMAGO

Marco metodológico

54

/ Casos

- . CASO 1 / ALJA HORVAT - ILUSTRADORA
- . CASO 2 / JONNA BREITENHUBER -
DISEÑADORA DE PRODUCTOS
- . CASO 3 / BRUNO MUNARI - DISEÑADOR
INDUSTRIAL Y GRÁFICO

Proyecto

66

- . ¿QUE?
- . ¿CUÁNDO?
- . ¿A QUIÉN?
- . ¿CÓMO?
- . ¿DONDE?

/ Marca

/ Afiches via publica

/ Posteos de instagram

/ Intervenciones

// Estuche y su contenido

/ Pieza editorial 1

Objeto interactivo

/ Pieza editorial 2

Manual/brochure interactivo

/ Pieza editorial 3

Libro infantil ilustrado

/ ca mi nar



* Introducción

Las características del **ritmo de vida en las grandes ciudades** hacen que **se nos presenten diversos problemas asociados con la salud física, psicológica y la calidad de vida**. La sociedad ha cambiado, y vivimos en la **era de la tecnología, relacionándonos la mayor parte del tiempo con pantallas y celulares**.

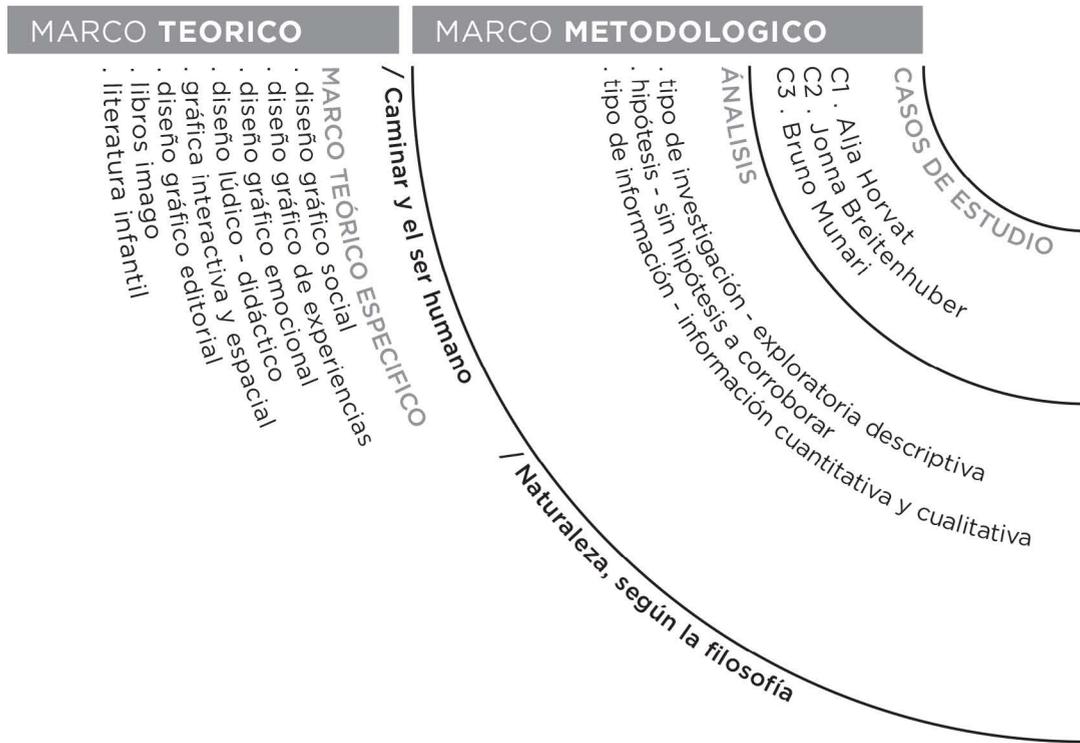
El sedentarismo, el estrés, el ruido, el tráfico, la contaminación, forman parte del estilo de vida de la mayoría de nosotros seres urbanos. **Este estilo de vida ha hecho que perdamos contacto con la naturaleza y con un entorno más saludable**.

La práctica del **trekking nos ofrece mucho más que una práctica deportiva**. Es disfrutar del aire puro, de un cerro o de una montaña, respirar el aroma de las flores que crecen ahí, conocer su fauna, **caminar horas sin apuro** solo disfrutando del camino y del entorno.

La flor Planika crece en las alturas de las montañas. Ir en su búsqueda significa resensibilizarnos con experiencias simples pero muy importantes. La naturaleza le sienta muy bien a nuestro cuerpo y a nuestra alma, nos da paz.

La propuesta de este proyecto es el descubrimiento del trekking como un estilo de vida, capaz de mejorar la forma en que se vive particularmente en las grandes ciudades. Para ello se basará en las herramientas que el diseño gráfico nos aporta generando una apropiada comunicación visual que permita lograr los objetivos que nos planteamos en el presente trabajo.

* Mapa conceptual



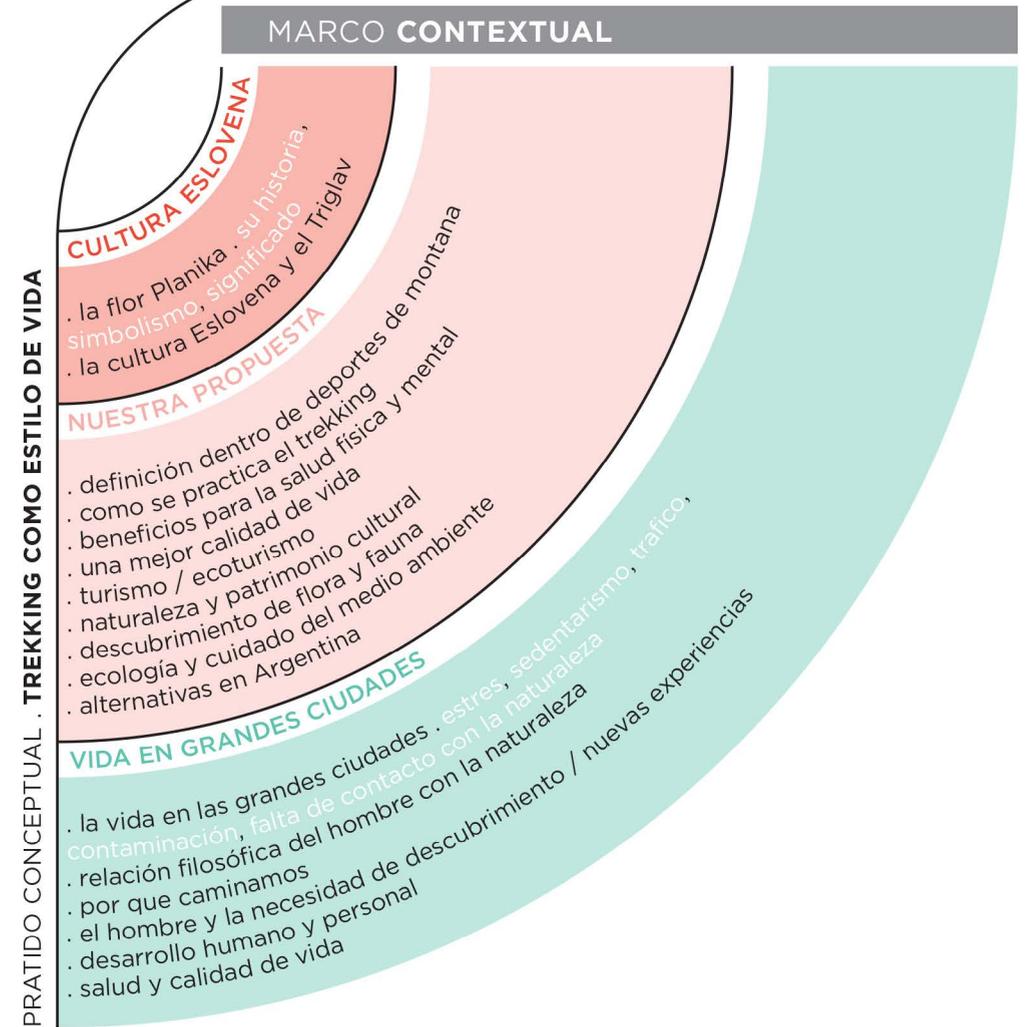
MARCO DESCRIPTIVO

PROBLEMA

La vida en las grandes ciudades hace que perdamos contacto con naturaleza y con un entorno mas saludable. Voy a hacer un proyecto para promover el trekking no solo como una actividad deportiva, sino como un estilo de vida.

OBJETIVO

. dar a conocer los beneficios del trekking para a salud física y mental . incentivar la practica de trekking en Argentina . concientizar sobre la práctica de actividades en contacto con la naturaleza . promover el cuidado del medio ambiente y la ecología . ofrecer alternativas saludables de bajo stres



* Marco descriptivo

/ Planteo del problema

La densidad de población, el tráfico, el ruido, los largos desplazamientos, la falta de espacios verdes, la contaminación, el encierro. Las grandes ciudades tienen sus ventajas, pero también sus inconvenientes. Vivir en una ciudad aumenta en un 21% la probabilidad de padecer un trastorno de ansiedad, según un estudio reciente, además de ser un factor de riesgo de sufrir depresión o esquizofrenia.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), en la actualidad, más de la mitad de la población mundial reside en ciudades. Esta proporción no deja de aumentar: se espera que, en el año 2030, el 60% de la población vivirá en áreas urbanas, y ese porcentaje será del 70% en el año 2050.

“Dar el primer paso
es tan importante
como
—
llegar a la cima.”

/ Objetivos del proyecto

- _ Dar una idea sobre Eslovenia, su cultura y la relación de los eslovenos con la naturaleza.
- _ Hacer conocer los beneficios del trekking y senderismo para la salud física y mental.
- _ Incentivar la práctica del trekking en Argentina, como una alternativa viable para aquellos que viven en grandes ciudades y enfrentan el problema que esto supone en su estilo de vida, salud y bienestar.
- _ Concientizar sobre la importancia de la práctica de actividades en contacto con la naturaleza.
- _ Ofrecer alternativas saludables de bajo estrés para aquellos que quieren cambiar su agitado ritmo de vida.
- _ Promover el cuidado del medio ambiente, las prácticas ecológicas y disfrutar de la flora y la fauna.
- _ Utilizar de manera eficiente todos los recursos y medios con los que cuenta un diseñador gráfico para comunicar, dar a conocer una problemática y acercar una mirada para generar mejoras o soluciones. En este caso se trata de incentivar un cambio en el estilo de vida.

/ Justificación

Plantear el proyecto como una necesidad. Identificar el público objetivo y diseñar estrategias de comunicación acordes para llegar hacia él. Para ello vamos a:

- _ Desarrollar una postura crítica frente a el problema propuesto.
- _ Trabajar sobre propuestas conceptuales y argumentaciones propias.
- _ Desarrollar una estrategia comunicacional para la construcción de la identidad visual de Planika.
- _ Analizar los contextos de acción, uso y función de las piezas de diseño.

**/ EX
PLO
RAR**

. TEMPORALIDAD Y ESPACIALIDAD

- 1 / Construcción de la identidad de la marca Planika, generar estrategia para transmitir los valores y la identidad de la marca - **tipología de comunicación institucional.**
- 2 / Visibilizar el público, se haran acciones via pública, para darle forma, darle conocimiento - para eso se utilizara **tipología persuasiva.**
- 3 / **tipología informativa.**
- 4 / Generar un evento de presentación del proyecto y la marca y realizar **grafica en espacio.**

Realizar diferentes presentaciones del proyecto en lugares determinados con el fin de alcanzar al público objetivo.

. PÚBLICO OBJETIVO

El proyecto esta pensado y desarrollado principalmente para:

- / **público adolescente desde 16 a 20 años**, la comunicación a las escuelas secundarias sobre las virtudes de esta actividad ya que es muy poco conocida.
- / **personas entre 20 y 50 años**, que viven en grandes ciudades con poco o ningún contacto con la naturaleza, que esten interesadas en realizar actividad física y cambiar su estilo de vida.
- / **toda persona, desde 5 años con ganas de realizar actividad física y tener una mejor calidad de vida.**
- / **amantes del trekking.**





* Marco contextual



/ La flor Planika

Planika, cuyo nombre científico **Leontopodium alpinum**, conocida como la flor de las nieves o con la palabra alemana **Edelweiß (grafía alternativa Edelweiss)**. Es una planta de la familia de las Asteraceae. Se trata de una flor que crece en pequeños grupos en las praderas alpinas y roquedos de altura de las cordilleras europeas.

Su nombre científico proviene de las palabras griegas león (león) y podion (pata) y alpinum (Alpes). En las lenguas germánicas, el nombre edelweiss se deriva del suizo-alemán de la palabra edel (noble) y weiß (blanco) así que podríamos traducir "edelweiss" como "Nobleza blanca". Su nombre científico, que significa "pie de león de los Alpes" en griego, hace alusión a su parecido con las garras de un león.

Es la flor emblemática de las alturas y por ello ha sido largamente esquilmada, habiendo desaparecido de muchas zonas y siendo mucho menos frecuente que hace unas pocas décadas, debido a lo cual ha sido protegida en territorio europeo, estando prohibida su recolección.

Es originaria de Asia, sin embargo, esta flor **se puede encontrar en Europa, Asia, América del Sur, los Pirineos, los Alpes y los Cárpatos.**

El nombre Planika en idioma esloveno deriva del hecho de que esta flor está presente en las montañas y otras altas áreas del país. Particularmente en Eslovenia se encuentra en los Alpes Julianos y Kamnik, Karavanke, Ratitovec, Trnovski gozd, Snežnik y el desfiladero de Sava cerca de Kranj, la cuarta ciudad de Eslovenia y la ciudad donde nació.

Crece sobre bases rocosas de piedra caliza a una **altitud de 1800 a 3000 metros**. No es una flor tóxica, se ha utilizado **contra enfermedades respiratorias y estomacales**.

. Simbología

La flor está provista de **mucha simbología no solo en Eslovenia, sino en varios países de Europa**. Su flor modesta, efímera y remota es considerada **un símbolo del trekking, del montañismo y de la variada belleza en los Alpes y los Cárpatos.**

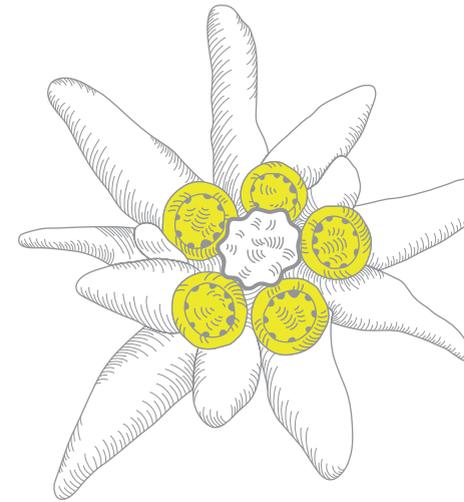
A pesar de su pequeño tamaño es muy fuerte y resistente, por lo que desde la antigüedad **ha simbolizado el valor, el coraje, el honor y el amor eterno**. Se han asociado a ella también propiedades curativas y mágicas, por lo que ha sido muy esquilmada y ha desaparecido en muchas zonas, encontrándose actualmente entre las especies protegidas.

Cuenta una Leyenda que una noche, una estrella le confesó a la Luna que sentía envidia de todo aquello que vivía en la Tierra y que deseaba abandonar el firmamento para convertirse en Flor. La luna enojada decidió vengarse enviándola a una de las montañas más altas de la tierra. Allí la estrella, bañada por el manto blanco de la nieve se transformó en una de las flores más bellas, de pétalos del color de la luna.

Se la considera un símbolo nacional en varios países de Europa, especialmente en Rumania, Austria, Bulgaria, Eslovenia y Suiza. Es la flor nacional de Austria, motivo por el que se encuentra en su moneda de 2 centavos de euro. Según la tradición popular, el regalo de esta flor a un ser querido es una promesa de devoción y fidelidad.

Planika es la flor emblemática de las alturas, símbolo del montañismo y del trekking, entre muchas otras características positivas, asociadas a la naturaleza y la bondad.

La propuesta de este proyecto es el descubrimiento del trekking como estilo de vida, capaz de mejorar la forma en que se vive particularmente en las grandes ciudades. Planika es una flor difícil de alcanzar, pero no por eso hay que dejar de intentarlo.



/ **Las hojas** gruesas, carnosas y cubiertas de una fina pelusa, con un color blanco y tonalidades verdosa o amarilenta, son molidas y espatuladas.

/ **Los tallos** miden de 5 a 20 cm de altura y son alternativamente frondosos, estriados lanceolados, verdosos en la parte superior y los fieltros blancos en la parte inferior.

/ **La flor** tiene de 5 a 8 pequeñas cabezas de flores amarillas (0,5 cm c/u) rodeadas de **pétalos** blancos en forma de estrella. Florecen entre julio y septiembre, en el verano europeo.

La protección de la planta en Eslovenia es total, en todas las regiones donde está presente. La multa por recolectar una flor va de entre los 1.000 a los 4.000 euros dependiendo la región.



/ La cultura eslovena y Triglav

Nací en Kranj, Eslovenia, hace 38 años. Eslovenia es un joven país de 2 millones de habitantes, que limita con Austria, Italia, Croacia y Hungría y tiene 4km de costa en el Adriático. La cuarta ciudad en importancia en Eslovenia, es mi ciudad natal, Kranj, donde viví hasta los 26 años, cuando me mudé a Buenos Aires. Tiene 51.225 habitantes (2002) y está situada a 20km de la capital, Liubliana. Desde niña empecé a ir a caminar con mi mamá a dos pequeños montes que están situados a 5 minutos de donde vivía. Uno de ellos Sv. Jošt. El otro Šmarjetna Gora. A los dos se puede llegar fácilmente andando desde el centro de la ciudad. En la cima no solo hay de unas bonitas vistas de la ciudad. También es un lugar de encuentro de la comunidad. Hay un hermoso lugar donde sentarse, comer algo y descansar, tal vez tomar un té caliente o algo fresco, dependiendo de la época de año. Subir a cada uno de ellos toma aproximadamente 30 minutos y es una refrescante visita a la naturaleza.

. La naturaleza y los eslovenos

En Kranj y en sus alrededores también hay mucha naturaleza, como en el resto de Eslovenia. Los ríos Sava y Kokra pasan por el centro de la ciudad. También están marcadas las rutas de senderismo, donde se conocen todos los puntos más lindos de la ciudad. Además de los verdes montes Sv. Jošt, Šmarjetna Gora a pocos kilómetros hay varios y diversos picos y senderos para transitar. Voy al bosque siempre que puedo. También a los pequeños ríos que están cerca. La naturaleza se vive y se disfruta desde muy pequeño en Eslovenia y forma parte de nuestra identidad.





. ¿Vamos a las montañas?

Esta pregunta se escucha muy seguido entre los eslovenos cuando se acerca un fin de semana lindo y soleado. Es una muy buena alternativa y siempre lo queremos pasar de una manera activa en la naturaleza. Los eslovenos somos sin duda una de las naciones más orientadas al senderismo, y en los últimos años su popularidad ha aumentado aún más. Las rutas de senderismo recorren toda Eslovenia y es difícil encontrar un rincón donde las botas de montaña no se pudieran utilizar. Además, no nos asustan ni los mayores retos y por eso también estamos entre los países líderes del mundo en cuanto se refiere a alpinismo. **¿Y qué es lo que más nos atrae del senderismo?**

. Una larga y rica tradición

Asociación Eslovena de Montañismo
/ Planinska zveza Slovenije
Hoy cuenta con más de **60.000 miembros** y es la asociación deportiva más numerosa del país.

Para los eslovenos, el senderismo está en sus genes. Incluso antes del nacimiento de la actividad organizada de montañismo y senderismo, nuestros antepasados subían por las laderas por motivos de caza, madera, mineral y otros motivos vitales. **Hace casi 130 años, se fundó la Asociación Eslovena de Montañismo**, predecesora de la asociación actual y es considerada la organización deportiva más popular de Eslovenia.

. Kilómetros de rutas de senderismo y montañismo

Eslovenia tiene algo más de 20.000 kilómetros cuadrados de superficie por la que transcurren casi 10.000 kilómetros de rutas señalizadas. Las altas montañas del mundo alpino y las colinas cubren hasta el 70 % del territorio esloveno. La región costera pasa por el borde kárstico hacia la media montaña y sigue hacia el mundo de las altas montañas hasta una altura de **2.864 m, la altura del pico más alto de Eslovenia, el Triglav**. Las rutas de larga distancia tienen un encanto especial, la mayoría de ellas forman parte de

rutas internacionales de larga distancia; llevan tanto a los picos con vistas panorámicas como a las llanuras. Para que resulte más fácil recorrer los kilómetros, en la mayoría de las rutas hay lugares para descansar. En las montañas y montes eslovenos hay **179 refugios de montaña**, donde es posible relajarse o refugiarse en caso de mal clima. En muchos refugios de montaña sirven auténticos platos caseiros, especialmente los “de cuchara”, y en algunos lugares también se puede dormir. En las llanuras se puede hacer una parada en los establecimientos de hostelería a lo largo de la ruta y buscar alojamientos de senderismo especializados; Eslovenia cuenta con **52 alojamientos** de este tipo.

. Un esloveno verdadero

Cada país tiene sus símbolos únicos de reconocimiento e identidad, y Eslovenia no es una excepción. Uno de los más conocidos es que uno se convierte en un verdadero esloveno sólo cuando ha conquistado la montaña más alta de Eslovenia, el monte Triglav. (en esloveno Tres Cabezas), el pico más alto del país, que forma parte de los Alpes Julianos y es además un monumento nacional. Eslovenia lo tiene en su bandera, forma parte de su escudo de armas. Mide 2.864 metros de altitud. El camino hacia allí no es ni corto ni fácil, pero cuando se llega a la cima de la magnífica montaña, se siente el enorme orgullo y el logro para tener éxito en un viaje a Triglav. Una vez alcanzada la cima de la montaña más alta de Eslovenia, **hay que tomar una foto delante del monumento cultural e histórico llamado la torre de Aljaž**, también conocida como la torre de Triglav, y relajarse mientras se disfruta de las impresionantes vistas. Pero también tenemos **una tradición y lo que sigue, es el bautismo. Quien va por primera vez**, tiene que bajarse los pantalones y mostrar su cola, para que se lo azote como un bebe. Y ahí ya tenemos al esloveno verdadero.



La cima de **Triglav. Mide 2.864 metros de altitud**. El camino hacia allí no es ni corto ni fácil, pero cuando se llega a la cima de la montaña, se produce una realización personal y como esloveno.



Torre Aljaž también conocida como la **torre de Triglav**. Quien va por primera vez, tiene que hacer el **bautismo**.

/ La vida en las grandes ciudades

Nuestra vida diaria esta caracterizada por un marcado ritmo de vida, con horarios establecidos y obligaciones que parecen no terminar nunca, desde que nos levantamos hasta que nos acostamos. **El tráfico, la contaminación, el encierro.**



+50%
TOTAL
POBLACIÓN

Insuficientemente
activos.



52,5%
ADULTOS

Insuficientemente
activos.



37%
NIÑOS

No hacen actividad
física.



Vivir en una gran ciudad se asocia comúnmente con un mayor riesgo de **sufrir ansiedad y trastornos en el estado de ánimo**, algo que cualquier habitante de un centro urbano puede haber experimentado alguna vez por sí mismo. Se ha demostrado que la vida en la ciudad puede afectar realmente al cerebro. Un equipo internacional de investigadores ha descrito por primera vez cómo los urbanistas sufren alteraciones en dos regiones cerebrales que regulan la emoción y el estrés.

Investigadores de la Universidad de Lund (Suecia) hicieron un seguimiento a personas que habían sido ingresadas por **depresión**. Y se dieron cuenta de que el riesgo de sufrir esta enfermedad estaba relacionado con el número de habitantes de la población de la que provenían los pacientes. Es decir, **cuanto más grande es la ciudad, mayor riesgo de tener depresión**.

El sedentarismo es otro de los problemas asociados a vivir en una gran ciudad, **“Las ciudades están diseñadas de tal forma que son una jaula de sedentarismo”** dice la María Neira, directora de Salud Pública y Medio Ambiente de la OMS. En la ciudad de Buenos Aires se repite una tendencia mundial al sedentarismo y según datos de 2017 “más de la mitad de los chicos de entre 5 y 17 años son insuficientemente activos. Y entre los adultos el porcentaje llega al 52,5%. Además, el 37% de la población no realiza actividad física moderada, la cifra trepa hasta el 60% si se trata de entrenamientos intensos.



También actualmente se conoce el **TAD**, Trastorno por Déficit de Naturaleza, que afecta principalmente a los niños, pero también a los adultos. sirve para describir el alto precio que pagamos los humanos por no estar en contacto con la naturaleza, que radica en dificultades para mantener la concentración, una tasa mayor de enfermedades psicológicas o el aumento de la miopía, entre muchas otras cosas.

Según un grupo de investigadores de la Universidad de Exeter (Reino Unido), **el contacto con la naturaleza ayuda rebajar el nivel de estrés** que conlleva vivir en una gran ciudad. Estos científicos estudiaron la salud psicológica de más de 10.000 personas y llegaron a la conclusión de que quienes lo hacen están **más satisfechas con su vida y sufren menos psicológicamente**.

Investigadores de la Universidad Autónoma de Madrid aseguran que estar en contacto con la naturaleza ayuda a rebajar el nivel de tensión. Por eso, los expertos recomiendan salir fuera de la ciudad con frecuencia para estar en contacto con la naturaleza, fortalecer los vínculos sociales y descansar lo suficiente para minimizar el riesgo de sufrir un problema psicológico por culpa del estrés urbano.





/ El hombre y su relación con la naturaleza

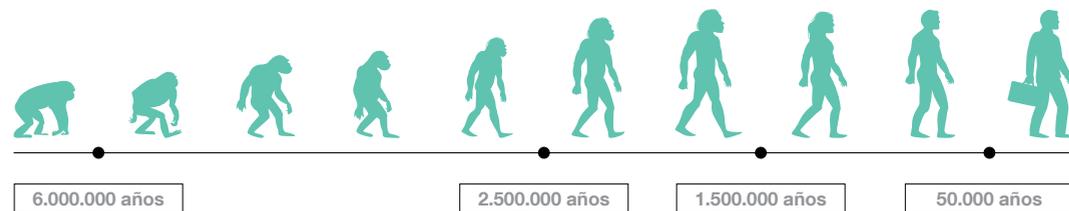
La relación del hombre y la naturaleza se ha abordado desde puntos de vista, históricos y filosóficos. **Aristóteles por ejemplo, (384-322 a.n.e) esboza sus concepciones en cuanto a la relación hombre-naturaleza** y ofrece varias definiciones de naturaleza, la reconoce como “sustancia de aquellos seres que tienen en sí mismos el movimiento y el cambio, o sea, los inserta en ella, esto permitió distinguir los entes naturales, **como animales, plantas, tierra, fuego, aire,** y los entes artificiales como cama o manto” como así también históricos.

El hombre hace su aparición en la tierra hace aproximadamente 250.000 años, evoluciona a través de este tiempo para terminar convirtiéndose en el hombre moderno hace aproximadamente 40.000 años. El hombre sobrevivió, aprendió, se reprodujo y evolucionó, a lo que hoy determinamos como hombre moderno durante 250.000 años en un íntimo contacto con la naturaleza. Una convivencia inseparable, permanente en cada aspecto de la vida del hombre primitivo, el entorno lo condicionó a aprender a sobrevivir o perecer y con él, la especie humana.

Esta era que constituye más del 99% de la historia de la humanidad-está caracterizada por la integración a la naturaleza de los hombres. Luego de su evolución, esto es muy diferente a la vida actual, donde se ha producido un distanciamiento casi total del hombre con la naturaleza.

LOS INICIOS

nuestros antepasados comenaron a ser bípedos hace **aprox. 6.000.000 de años.** Hasta hoy esto distingue a los humanos del resto de los mamíferos.



/ ¿Porque caminamos?

Según la ciencia hace seis millones de años, nuestros antepasados ya disfrutaban de una de las señas de identidad más importantes del ser humano: la capacidad para caminar erguidos. Esto nos permitió utilizar las manos, y cargar con comida, utilizar herramientas y armas, y enfrentarnos a grandes animales. Se cree que este aprendizaje, y la posibilidad de usar las manos **desempeñaron un papel fundamental en el desarrollo del cerebro humano.**

Parece que caminar fue fundamental para el desarrollo de la consciencia humana, y entonces por sobre todo, a lo que la humanidad ha creado. Podemos decir que de alguna manera, caminar le dio forma al mundo moderno.



81%
PARTICIPANTES

Estudio de Universidad de Stanford USA. Según este estudio los participantes experimentaron un aumento en su creatividad mientras caminaban.

/ La necesidad de descubrimiento/nuevas experiencias

En su libro Camine, hace una vida mas consciente, el autor Sholto Radford nota que además de ser nuestro principal modo de desplazarnos, caminar puede ser una oportunidad para reunirse con amigos, o conocer gente, o para pasear. **Caminar para hacer una pausa, respirar aire fresco, realizar ejercicio y mejorar la salud,** incluso como deporte. Caminar logra que nos sintamos mas conectados con nuestro entorno y es un modo íntimo de explorar nuevos lugares. Algunos caminan para escalar montañas o participar en largas caminatas, atraídos tal vez por un deseo instintivo, una vuelta a los tiempos de la vida nómada.

Es un modo de sumergirnos en lo que observamos, de experimentar paisajes, ríos, montañas, bosques y playas. Puede ser un acceso a otras pasiones e intereses, como la fotografía, la observación de las aves, la flora, la fauna de los lugares, o como practica espiritual o incluso religiosa.

Caminar es una actividad muy valorada por **los filósofos, los poetas, los artistas** como espacio para la creatividad y la reflexión.



/ Desarrollo humano y personal

Uno de los mayores beneficios de caminar es posiblemente que a muchas personas los hace salir del estilo de vida diario, **y los hace tener contacto con el mundo natural**. Este contacto con la naturaleza ofrece beneficios tanto a nivel de salud como nuestro bienestar. Estos descubrimientos llevaron a iniciativas para dar más vegetación a las ciudades, incluir imágenes de paisajes y plantas en entornos laborales. Estas iniciativas, si bien son bienvenidas, no puede compararse con el contacto directo con la naturaleza.

Esto es lo que nos empuja a generar una propuesta como Planika, que justamente busca promover una actividad que solo tiene beneficios tanto para la salud física como para el bienestar personal, promoviendo un cambio en el estilo de vida actual, el trekking.

BENEFICIOS DE LA EXPOSICIÓN A LA NATURALEZA

- . Mejora el estado de ánimo
- . Mejora la autoestima
- . Reduce la ansiedad y el estrés
- . Mejora el bienestar psicológico
- . Incrementa la recuperación cognitiva
- . Mejora la salud física
- . Incrementa la inmunidad

BENEFICIOS PSICOLÓGICOS DE CAMINAR

- . Mejora el estado de ánimo
- . Reduce la ansiedad y el estrés
- . Mejora la resiliencia
- . Incrementa la sensación de logro y satisfacción personal
- . Reduce los síntomas de la depresión
- . Incrementa los niveles de energía
- . Mejora la imagen corporal
- . Mejora la memoria
- . Mejora el sueño

/ Salud y calidad de vida



/ Bastones de trekking

- . Longitud máxima es por lo general de **135 cm**.
- . Están hechos generalmente de **aluminio ligero** o fibra de carbono.



/ Botas de trekking

- . Son **menos ligeras, y menos ágiles**, pero nos **protegen y estabilizan** más.

Caminar presenta varias ventajas para nuestra salud y el logro de una mejor calidad de vida. Es de bajo impacto y por tanto, mas suave para el cuerpo que muchas otras formas de ejercicio, con menos probabilidades de provocar lesiones. Es fácil de practicar, sea cual sea su estado físico actual. Se puede integrar fácilmente en nuestra rutina como un modo de movernos. No requiere nada mas que un buen calzado. Nos obliga a salir a entornos naturales lo que a su vez presenta sus propias ventajas. **Caminar con una mochila**, y en terrenos escarpados e irregulares, como es el caso del trekking, nos abre todo un mundo de **oportunidades**. Para salir durante varios días es necesario una mochila, y los objetos detallado mas adelante. Esto intensifica el desafío. Con tiempo y práctica estas actividades se convertirán en algo natural, pero es necesario **tener en cuenta algunas consideraciones para que este viaje resulte mas cómodo**.

En caminatas largas conviene encontrar un ritmo que puede mantener en lugar de cansarse, quedarse sin aliento y tener que descansar cada 10 minutos. **Es necesario aprender a encontrar el propio ritmo**. Si parece demasiado lento al principio, probablemente ese sea el ritmo adecuado. Además en estos terrenos resulta mas eficaz y mas cómodo para el cuerpo caminar con pasos pequeños, manteniendo el peso bajo el cuerpo (cuando se hace trekking con mochila principalmente). **Los bastones para caminar son útiles si se lleva mochila, tambien botas de trekking con adecuado soporte para el tobillo**. Una buena colocación de los pies no solo nos ayuda con el equilibrio y nos evita lesiones, además presenta la ventaja de ayudarnos a mantenernos presentes en la actividad, en la experiencia y en las sensaciones del cuerpo. **Quienes caminan experimentan:**

MAYORES NIVELES DE:

- . Capacidad cardiorrespiratoria y muscular
- . Masa y composición corporal saludable
- . Control del peso

MENORES NIVELES DE:

- . Enfermedades cardíacas
- . Diabetes de tipo 2.
- . Cáncer de colon y de mama
- . Síndrome Metabólico
- . Depresión
- . Artritis y fractura de cadera y vertebral

/ Definición dentro de deportes de montaña

Los deportes de montaña son aquellas actividades que se practican en un medio con especiales características climáticas y físicas como es la montaña. Estas actividades se pueden practicar a modo de competición a nivel profesional o como una actividad de recreación y de conexión con la naturaleza. Los deportes de montaña son cada vez más populares. Millones de personas de cualquier edad en todo el mundo practican al menos una de las actividades. Empezaremos a detallar principalmente los dos que se toman a veces equivocadamente como sinónimos, cuando no lo son, que son Senderismo y Trekking.

1 Trekking .

El trekking o excursionismo es una actividad física que consiste en caminar por escenarios naturales, como montañas, bosques, selvas, cañones o ríos. Consiste en recorrer de forma autónoma, a pie, paisajes aislados con dificultades que pueden ir variando de acuerdo a la experiencia y gustos de quien lo practique. El trekking tiene una especie de reglas que deben cumplirse para un completo desarrollo del deporte: la seguridad, ante todo, el respeto al medio ambiente, la realización de un plan previo, el uso de elementos de orientación y la no utilización de ningún vehículo.

2 Senderismo .

Es una actividad deportiva que se realiza sobre senderos bien marcados, principalmente en parques naturales o reservas. Además de hacer ejercicio, sirve para conocer el patrimonio local y aprender a respetar al medio ambiente. El requisito que necesita un camino para considerarse apto para hacer senderismo es ser transitable todo el año, tener interés paisajístico, no tener grandes desniveles, ser accesible para la gran mayoría de la población y estar señalizado correctamente.

Trekking y Senderismo / En Argentina existen instituciones a nivel terciario y universitario que dictan la carrera Guía de Senderismo o Trekking.

. Diferencias entre senderismo y trekking

Suele confundirse el senderismo con el trekking. El primero lleva ese nombre porque se practica en senderos delimitados, mientras que el trekking consiste en recorrer lugares que no están demarcados. Otra de las diferencias la modalidad del trekking requiere un mayor esfuerzo físico, ya que mientras el recorrido realizado en senderismo suele tener un grado de dificultad más bajo, debido a que sus rutas discurren por senderos, vías y caminos señalizados, en el trekking los recorridos se realizan a través de parajes aislados y sin ninguna ayuda de señales o caminos, lo que representa un mayor contacto con la naturaleza.

El senderismo suele estar considerado como una actividad más relajante, mientras que el trekking se asocia con una mayor demanda física. Además de esta diferencia, el trekking se suele combinar con otras actividades naturales, como el camping. El senderismo y el trekking no sólo sirven para mantener una buena forma física, sino también mental al conectarnos con la naturaleza. Estas actividades pueden durar unas horas o incluso días se combina con la acampada. Es nuestra propuesta de valor como marca intentar que se conozcan los beneficios que estas actividades pueden traer para aquellas personas que quieren un estilo de vida más saludable, con mayor contacto con la naturaleza, menos stress y un estilo de vida saludable.

3 Montañismo .

Algunos lo conocen como alpinismo, aunque en realidad este término solo es válido en caso de estar haciendo montañismo en Los Alpes. Es muy importante contar con cierto **equipamiento mínimo** para poder realizar montañismo: **alimentación** (comida energética y agua), **vestimenta** (calzado específico, ropa acorde al clima, pañuelo, sombrero y gafas) y **accesorios básicos** (crampones, mochila, bastón de caminata, cuerda, linterna, navaja, silbato, tienda de campaña, saco de dormir, etc).



Montañismo / El principal objetivo del montañismo es llegar a la cima de una montaña. Se requiere de varias técnicas, conocimientos, habilidades y un gran estado físico para conseguirlo.



Barranquismo / Equipo específico: calzado de montaña, mochila para agua, traje de neopreno de al menos 3mm, casco, arnés, vagas de anclaje, mosquetones, descensor y cuerdas.



Ciclismo de montaña / Tiende a practicarse en grupos. Su exigencia física se considera de moderada a alta.

4 Escalada .

Es similar al anterior, pero a la inversa; es decir, el objetivo es ascender por una pared o montaña usando las extremidades inferiores. Esta actividad deriva del montañismo y es un deporte de riesgo, aunque los escaladores usan equipo especial y tienen diferentes técnicas para evitar accidentes.

Existen diferentes tipos de escalada: en roca, alpina, en hielo, mixta (roca y hielo), en acantilados sobre agua, urbana, de adherencia... también se divide en libre, clásica, deportiva, artificial, en solitario o integral. Para practicar las técnicas se usa un lugar especial conocido como rocódromo.

5 Rápel .

Uno de los deportes de montaña con más cantidad de adeptos en los últimos tiempos. Se trata de un sistema de descenso por una pared casi vertical empleando cuerdas. El rápel (imagen de portada) está relacionado a la escalada en roca y al barranquismo.

Existen diferentes tipos: de brazo, **dulfer** (la cuerda se pone entre las dos piernas) y **comichi** (la cuerda pasa por la espalda). El equipo de rápel está formado, además de la cuerda, por otra cuerda para anclaje, un mosquetón con seguro, un arnés, un cabo de seguridad y un descensor. Todos los practicantes deben usar casco y guantes.

6 Barranquismo .

Derivado del montañismo, es un deporte que consiste en bajar las corrientes de agua en los profundos barrancos de las montañas. Esas corrientes son generalmente menores en caudal, pero con pronunciadas pendientes.

7 Ciclismo de montaña .

Considerado deporte de riesgo con el vbb' mountain bike' (bici de montaña). Se lleva a cabo por caminos angostos, con elevadas cuestas y con importantes descensos. Se trata de una actividad bonita a la par que emocionante, por

las subidas imposibles y por los impresionantes paisajes que podemos divisar en nuestro recorrido a pedales.

8 Trail running .

Consiste en correr por senderos a través de la montaña. Cruzar arroyos, ríos, descensos abruptos, etcétera. Se trata de una carrera en un ambiente natural, con el mínimo de rutas pavimentadas. En su versión de mayor distancia se le denomina 'ultra-trail running'. Requiere bastante exigencia física debido a que durante el camino uno se encuentra con diversos tipos de terreno.

9 Esqui .

Cuando se avecina el crudo invierno, el esquí en las montañas nevadas es el deporte favorito de muchos. Es una disciplina de alpinismo invernal, en el que, con la ayuda de los esquíes, subiremos y bajaremos montañas. Dicen que es uno de los deportes más completos que existen, ya que trabajas todo tu cuerpo mientras lo realizas.



Trail running / En los ascensos se alterna la marcha con la carrera a pie. En los descensos hay que tener cuidado con los apoyos y que el antipie amortigüe los impactos.

Se corre por senderos, piedras, barro, hierba y hasta por la nieve.

/ Como se practica trekking

La mayoría de las veces el trekking se practica a través de senderos, caminos y valles. Aunque los senderos pueden estar desdibujados, la dificultad más importante no es la ubicación de la senda sino el esfuerzo humano que se requiere para llegar hasta el final del camino. En trekking hay 4 grados de dificultad y todos los recorridos propiamente señalizados indican a qué nivel corresponden:

. Grado de dificultad N° 1

Son pequeñas caminatas sin partes empinadas o grandes pendientes. Las sendas están bien definidas y el final del camino suele ser un mirador. No se necesita experiencia para hacer este paseo. Son caminatas cortas y fáciles en buenos senderos y a una altitud baja, con una infraestructura apropiada para el senderista y buena señalización.



. Grado de dificultad N. 2

Es una aventura un poco más prolongada con algunos desafíos durante el camino. El sendero sigue siendo de dificultad baja, pero puede ser a mayor altura (hasta 5.500 metros sobre el nivel del mar). La ruta posee una infraestructura y señalización adecuada.

. Grado de dificultad N. 3

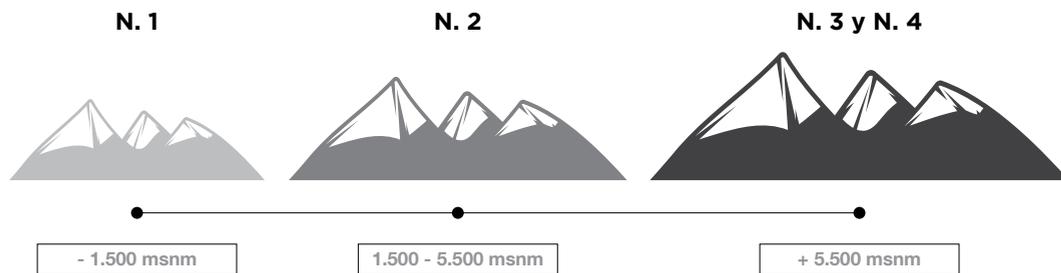
Es una caminata con un sendero más ambicioso y empinado, a más de 5.500 msnm. La ruta se ve en algunos tramos desdibujada y puede ser difícil seguir el sendero, que por momentos cruza ríos y atraviesa otras dificultades. Se necesita experiencia en montañismo.

. Grado de dificultad N. 4

Es un trekking de gran dificultad, donde a veces se combina con montañismo y escalada en altitudes mayores a 5.500 msnm y sin ninguna infraestructura. El ambiente es de alta montaña, en regiones deshabitadas. Es necesario tener experiencia en alpinismo con soga y un equipo apropiado.

GRADOS DE DIFICULTAD

- N. 1 / Trekking fácil
- N. 2 / Trekking moderado
- N. 3 / Trekking de varios días
- N. 4 / Ascensiones



. Quiénes pueden hacer trekking

El tipo de personas que pueden practicar trekking varía según el nivel de dificultad del recorrido. En un trekking de nivel 1 no se requiere preparación física, aunque el senderista debe poder soportar varias horas de caminata con algunos tramos en subida. No se recomienda principalmente en personas con problemas respiratorios o cardíacos y mujeres embarazadas.

10 ítems indispensable

Comida y agua para soportar los días que dure la excursión, previendo un extra por precaución.



Principalmente ropa **cómoda**, un **impermeable** y abrigo.



Linterna o farol.



Equipo de **primeros auxilios**.



Combustible y **elementos** para iniciar una fogata.



Cortapluma o **cuchillo**. **Anteo-**jos de sol y filtro solar.



Brújula o GPS. Mapa actualizado del camino.

Para el trekking de nivel 2 es necesario cierta preparación física. Al ser un camino prolongado que puede durar varios días, el senderista debe tener resistencia. Para el trekking de nivel 3 y 4 es importante contar con experiencia previa y estar en muy buen estado físico.

Hay que considerar que según la duración de la actividad, se debe llevar un equipo para pasar la noche, alimentarse, tener abrigo y agua. Se debe preparar la mochila, y debe tenerse presente que se cargará el peso durante horas. El equipo debe ser liviano y llevarse lo imprescindible.

. El equipo

Cuando el trekking es de apenas unas horas en un nivel de dificultad 1, el equipo consiste básicamente en una botella de agua, abrigo (según la época del año y el lugar) y algún refrigerio. **Sin embargo, a medida que se avanza en dificultad, se necesitan más elementos.** Una mochila completa de trekking tiene básicamente **10 cosas que no pueden faltar.**

. Reglamentaciones

La AAGM (Asociación Argentina de Guías de Montaña) agrupa a todos los guías de montaña y trekking de Argentina. Es posible contactarlos si hay interés por alguna zona o lugar en particular, más allá de las diversas y variadas ofertas turísticas de trekking que existe en la Argentina. El trekking en Argentina ofrece numerosas alternativas que pueden hacerse con guías autorizados o autoguiados, y esto va a depender de la experiencia y capacidad de las personas que vayan a realizarlo. Por lo que no es necesaria una experiencia previa en trekking o montaña para empezar a realizarlo.

El trekking tiene una regla básica: **no perturbar ni dañar la naturaleza.** Muchas de las reglas de seguridad para trekking se basan en tener un poco de sentido común. El



objetivo principal de las normas es garantizar la seguridad de quienes lo realicen a la vez que se protege el medio ambiente y el patrimonio natural **Es bueno recordar lo siguiente para evitar imprevistos o accidentes:**

. Recomendaciones

- _ No comenzar ningún recorrido si no se esta seguro de que soportara el nivel de dificultad.
- _ Llevar el equipo adecuado. Aún cuando sea un camino de dificultad 1, no olvides llevar agua y un refrigerio.
- _ Avisar al guardaparques o guía en el caso de que la dificultad del camino lo requiera.
- _ Informarse sobre animales peligrosos en la zona.
- _ Calcular la duración del viaje, teniendo en cuenta que la ida y la vuelta pueden tener una duración diferente, según la inclinación del sendero.
- _ Si el trekking dura varios días y se puede acceder a agua natural, lleva potabilizador para evitar cargar con peso extra durante todo el viaje.
- _ Si es la primera vez en un trekking de dificultad, ir con un guía experimentado.
- _ Cuando el sendero no esté bien señalizado, recurrir al GPS o brújula y mapa.



/ Beneficios para la salud física y mental

Nuestros cuerpos evolucionaron con el movimiento y resulta evidente que necesitamos movernos para mantenernos sanos. Hace 2400 años Hipocrates afirmo “Caminar es la mejor medicina para el hombre” A través de estudios científicos se sabe mas acerca de los beneficios del ejercicio para nuestra salud y nuestro bienestar. La **OMS** recomienda que dediquemos 300 minutos por semana a una actividad aeróbica de intensidad moderada, 150 minutos a una actividad vigorosa o una combinación de ambas.

La vida activa tambien tiene beneficios psicológicos. Cuando realizamos ejercicios liberamos endorfinas que reducen nuestra percepción del dolor y nos provocan sentimientos positivos, mejora nuestro estado de animo, y nos ayudan a regular el estress. Cuando somos físicamente activos dormimos mejor, lo que a su vez influye en nuestro bienestar, en la función cognitiva y en el funcionamiento del sistema inmune. **El ejercicio tambien influye en como nos sentimos con nosotros mismos**, en nuestra autoestima, en la imagen corporal y en el rendimiento.

Cuando caminamos, un beneficio adicional es que la exposición al sol estimula la producción de serotonina, un neurotransmisor importante para el equilibrio del animo.

El trekking, como todas las actividades que impliquen caminar, aporta un gran beneficio para el sistema cardiovascular. Ayuda a quemar calorías en mayor grado que el senderismo al requerir un esfuerzo físico mayor. Previene y disminuye los dolores musculares y el colesterol derivados de una forma de vida sedentaria. Ayuda a mejorar notablemente la salud psíquica. El contacto directo con la naturaleza y la huida del estrés, así como de la contaminación, el ruido y la polución de las ciudades, incrementa el bienestar y la satisfacción.



al menos entre **150 y 300 minutos semanales**

Actividad física aeróbica de intensidad moderada.



al menos entre **75 y 150 minutos semanales**

Actividad física aeróbica de intensidad vigorosa o una combinación equivalente durante la semana.



LIMITAR
Tiempo en actividades sedentarias.

SUSTITUIR
Por mas actividad física.



/ Turismo/ecoturismo

Algunos de los lugares más emblemáticos para la práctica del trekking en Argentina son el reflejo de la historia, formas de vida y sistemas de comunicación de la población, que el trekking revaloriza, evitando su desaparición y facilitando su conservación. Una buena forma de relajarse, descansar, llenarte de energía y mantener la forma física es caminar en contacto con la naturaleza, alejado de la contaminación y los ruidos de la ciudad. Sin duda el trekking esta dentro de las alternativas que se conocen como Ecoturismo.

El Ecoturismo es una forma de turismo que surgió como alternativa al turismo tradicional o también llamado “de masas”, muchas veces depredador hacia las comunidades donde se desarrolla. Tiene sus **fundamentos en el desarrollo sustentable**. Se busca cuidar los recursos naturales en el presente para que futuras generaciones tengan la oportunidad igualmente de aprovecharlos, mientras se fomenta un crecimiento social, cultural y económico de la población local. Podemos encontrar su definición de acuerdo a Héctor Ceballos Lascuráin, en su el libro “Ecotourism. The Potential and the Pitfalls”:

“El Ecoturismo es una modalidad turística ambientalmente responsable, consistente en viajar a o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que pueda encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto negativo ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales.”

Estas son algunas de las **características que el trekking cumple, por lo que su práctica puede ser considerada dentro de las propuestas del Ecoturismo:**

- **Responsable** con el uso y manejo de atractivos turísticos.
- **Respetuoso** de las comunidades donde se desarrollan las actividades, promoviendo su cultura.
- **Educativo** para que el visitante adquiera nuevos conocimientos del lugar visitado y sus costumbres.
- **Interactivo** al permitir un contacto directo con los recursos naturales y culturales, la flora y la fauna del lugar.

/ Naturaleza y patrimonio cultural

El amor por la naturaleza es cultura. Hay una **fuerte vinculación entre la practica del trekking y el mantenimiento y cuidado** del patrimonio cultural y natural. En muchas ocasiones quienes practican el trekking y otras actividades vinculadas son los encargados de difundir el cuidado del patrimonio tanto cultural como natural de carácter local, otro de sus beneficios.

En varias zonas turísticas donde se practica el trekking existen emprendimientos que están muy relacionados con el cuidado del patrimonio **cultural, arqueológico y natural** de cada lugar en particular y hay una gran vinculación entre actividades culturales con esta actividad recreativa, deportiva, y de bienestar personal.

Desde el trekking se apunta a difundir, promover y preservar el patrimonio. Quienes guían a los equipos de investigación de las provincias para llegar a lugares de interés histórico o arqueológico, en búsqueda de restos de animales prehistóricos o de pueblos originarios son guías que practican esta actividad.

Es por eso que se dictan talleres específicos para los clubes de trekking, no solo en lo que respecta a la legislación, sino también a la importancia que tiene el patrimonio natural, arqueológico y cultural para poder poner en valor nuestros bienes arqueológicos y el patrimonio cultural y natural de cada provincia.

/ Descubrimiento de flora y fauna

Quienes viajen a realizar la práctica del trekking van a tener la oportunidad de visitar lugares donde se está en contacto directo con animales y plantas en su entorno natural, esto quiere decir en libertad y sin domesticar, siempre y cuando existan las condiciones de seguridad y de desplazamiento necesarias para ello. El trekking nos acerca la posibilidad de avistar la flora y fauna de nuestro país, cada propuesta o alternativa turística para la práctica de esta actividad representa una oportunidad única para conocer la fauna y la flora de cada región, conocer sus ríos, su geografía, para visitar hallazgos paleontológicos, ruinas y conocer sobre los pueblos originarios. También para aquellos que les gusta la fotografía, ya que es un ámbito ideal para sacar las mejores fotos.





/ Ecología y cuidado del medio ambiente

Hacer trekking es una experiencia que te pone en contacto directo con la naturaleza. Allí se ve la debilidad y pequeñez del hombre ante el imponente paisaje. Sólo nosotros podemos hacer que esos sitios permanezcan como están. El cuidado del medio ambiente y sigue la filosofía de LNT (Leave No Trace: No Dejes Rastro), que propone tener una actitud consciente cuando se viaja, entre otras cosas guardando los desechos para arrojarlos en sitios habilitados y evitando hacer fuego en zonas propensas a incendios.

En la actualidad existen agrupaciones que fomentan esta actividad y tratan de establecer algunas pautas. Una de ellas es la AAGM, La Asociación Argentina de Guías de Montaña (AAGM) con el objetivo principal de agrupar a los guías de montaña, para jerarquizar la profesión, mejorar y proteger su ámbito laboral y para promocionar las actividades de trekking y montañismo.

La AAGM agrupa a todos los guías de montaña y trekking de Argentina. Allí es posible contactarlos si hay interés por alguna zona o lugar en particular, mas allá de las diversas y variadas ofertas turísticas de trekking que existe en la Argentina.

El objetivo principal de las normas es garantizar la seguridad de quienes lo realicen a la vez que se protege el medio ambiente y el patrimonio natural. El trekking en Argentina ofrece numerosas alternativas que pueden hacerse con guías autorizados o autoguiados, y esto va a depender de la experiencia y capacidad de las personas que vayan a realizarlo. Por lo que no es necesaria una experiencia previa en trekking o montaña para empezar.

/ Alternativas en Argentina

Argentina tiene innumerables alternativas para la práctica del trekking. Incluso no tan lejos de la Ciudad de Buenos Aires, sin salir de la provincia de Buenos Aires se pueden encontrar muy buenas posibilidades para un cambio en el estilo de vida que propone una gran ciudad y que es el problema que presenta nuestro trabajo, proponer algunas alternativas para un cambio en este estilo de vida.

Lo siguiente son 4 alternativas para la práctica del trekking, una pequeña muestra para tomar como referencia, ya que la oferta turística de este tipo de actividades es muy amplia.

. Tandil /Pcia de Buenos Aires

Uno de los trekking más conocidos es el “Circuito de las Sierras” que comienza en la Reserva Natural Sierra del Tigre. El recorrido de 3,5 km, con un nivel medio de dificultad, conduce a la cima del **Cerro El Venado** (398 msnm). Durante el trekking se transita por senderos de ripio delimitados donde podrás divisar guanacos, jabalíes y especies arbóreas autóctonas y exóticas.

La continuación de este circuito permite llegar al Cerro Centinela, donde se puede apreciar una interesante curiosidad geológica: un monumento granítico de llamativo aspecto que mide 7 metros y pesa 72 toneladas. Además, podrás hacer un paseo en aerosilla de más de 1200 mts. para disfrutar de un paisaje de pinares y sierras de gran altura, con la posibilidad de degustar una oferta gastronómica que conjuga sabores autóctonos con un toque europeo.

A sólo 5km de se puede conocer el lugar donde la Piedra Movediza de 400 toneladas oscilaba en equilibrio hasta el 29 de febrero de 1912, día que se derrumbó, siendo en la actualidad un lugar ideal para contemplar el cordón Tandilia.

Cerro El Venado



- 398 msnm



Pcia de Buenos Aires / Tandil



. Tornquist /Pcia de Buenos Aires

Cerro Tres Picos



- 1.239 msnm

Pcia de Buenos Aires / Tornquist



En Tornquist, el paisaje llano de la pampa húmeda se transforma radicalmente al llegar al cordón serrano que compone el Sistema de Ventania. La Comarca Turística Sierra de la Ventana se encuentra atravesada por cerros, bosques, valles, vertientes, cuevas y arte rupestres; entre sus atractivos se destaca el **Cerro Tres Picos** (1239 msnm), el más alto de la provincia y el Parque Provincial Ernesto Tornquist, ideal para hacer actividades como el trekking. **Los recorridos que se pueden hacer dentro del Parque son:**

- . **Hueco de la Ventana** - recorrido de una duración de 6 horas ida y vuelta. Trekking de gran esfuerzo físico que llega hasta el hueco natural que le da el nombre al sistema serrano. 1134 msnm. Las excursiones comienzan en el horario de apertura del sector: 8 hs. en verano y 9 hs. en invierno.
- . **Garganta del Diablo** - recorrido de una duración de 6 horas ida y vuelta. Excursión de gran esfuerzo físico sostenido, que visita el mayor salto de agua del parque.
- . **Piletos Naturales** - recorrido de una duración de 2 horas ida y vuelta. Excursión de moderado esfuerzo físico que recorre las nacientes de un arroyo con pequeñas piletas. Abierto hasta las 15 hs.

El Chaltén, situada dentro del Parque Nacional los Glaciares en Santa Cruz, fue declarada mediante la Ley Nacional 27.055, en enero de 2015, como la **Capital Nacional del Trekking**,

Cerro Fitz Roy



- 3.405 msnm

- . **Garganta Olvidada** - recorrido de una duración de 1 hora ida y vuelta. Sendero de esfuerzo físico moderado que remonta el cauce de un arroyo hasta una pequeña caída de agua. Habilitado hasta las 15:30 hs.

. El Chaltén /Pcia de Santa Cruz

Este municipio está ubicado en el Parque Nacional Los Glaciares y se encuentra a alrededor de 220 km de El Calafate. Este pueblito fue fundado en el año 1985. Sus **senderos montañosos** la convirtieron en el lugar por excelencia para actividades como el trekking y el andinismo. Las caminatas

en este paraíso de montaña son para todos los gustos, ya que **hay de diferentes grados de dificultad, desde bajos hasta de gran exigencia física:**

- . **Mirador de Los Cóndores y Águilas** - Es un mirador de todo el valle con los cerros y agujas, el pueblo y el río De Las Vueltas. Comienza en la entrada del pueblo. Toma 3 horas de ida y vuelta con esfuerzo físico bajo.
- . **Laguna Capri** - Esta laguna es el mirador del Cerro Fitz Roy. Partiendo de la zona norte de El Chaltén, por la senda, luego de 1 hora y 45 minutos de trekking se puede apreciar por primera vez este majestuoso cerro en plena montaña. En total son 3 horas y media, entre ida y vuelta, con un esfuerzo físico moderado.

- . **Laguna de Los Tres** - Es uno de los trekking más conocidos en El Chaltén. Durante este recorrido se puede apreciar los bosques de Nothofagus, la fauna autóctona y la imponencia del **Cerro Fitz Roy** (3405 msnm) llegando hasta la base del mismo. Esta caminata tiene esfuerzo físico alto y una duración de 4 horas por tramo.

. Parque Nacional Lanín /Pcia de Neuquén

El paisaje de volcanes, llanuras, montañas y lagos que rondan a la región de Neuquén la convierten en un escenario más que apasionante para la realización de actividades como el trekking y senderismo.

Aquí podrás disfrutar de una experiencia que no presenta límites de edad, poniendo a prueba el estado físico del organismo y sumando kilómetros entre emocionantes paisajes que varían según la época del año. En todo momento se siente la presencia del **Volcán Lanín** (3.776 msnm), el ícono para la provincia de Neuquén y la cultura mapuche, uno de los picos más altos de la Patagonia. Ingresando al Parque Nacional Lanín existen distintos senderos dentro del área protegida: Zona Sur, Zona Centro y Zona Norte.

Pcia de Santa Cruz / El Chaltén



Volcan Lanin



- 3.776 msnm

Pcia de Neuquén / Parque Nacional Lanin



* Marco teórico

/ Caminar y el ser humano

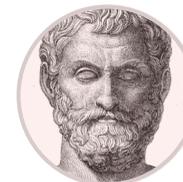
El cuerpo humano evoluciono para moverse. El acto de caminar resulta beneficioso para nuestra salud física y nuestro bienestar, y puede ser un gran método para cuidar nuestro cuerpo y nuestra mente. Caminar es sinónimo de experimentar. Si caminamos por nuevos caminos, o por más que lo hagamos en aquellos que ya hemos recorrido, nos cruzamos con todo un mundo. Otras personas, arboles, plantas, animales. Una vez que salimos afuera de nuestra vivienda, nos exponemos al clima, que puede ser cambiante, al sol y al calor del verano, al frío o la nieve en el invierno. Utilizamos nuestros sentidos. Caminar puede llevarnos a lugares espectaculares, ríos, montañas, bosques, playas, ciudades. Caminar es “una conversación con el mundo” y nos sitúa en ese mundo.

Sabemos lo bien que nos hace salir a dar un paseo, disfrutar de una siesta en el pasto, ir a la playa a tomar un poco de sol. O simplemente salir a caminar.

La naturaleza es increíble y tiene muchas maravillas para ofrecernos. Estar en contacto con ella nos ayuda a recargar energía y relajarnos, por lo que es el mejor remedio cada vez que necesitamos ordenar los pensamientos y recuperar la serenidad.

/ Naturaleza, según la filosofía

El estudio de la relación hombre-naturaleza desde una perspectiva filosófica se caracteriza en un primer momento por un conjunto de sentimientos religiosos, mágicos y míticos. Si nos detenemos en los procesos ya de observación del mundo se distinguen, desde la antigüedad:



624-547 a.n.e.
elemento . agua

Tales de Mileto explicó que el principio originario de la naturaleza y de la materia era una única sustancia / **el agua**.

“El agua es el elemento y principio de las cosas.”



530-470 a.n.e.
elemento . fuego

Heráclito el principio originario de la naturaleza / **el fuego**.

Del fuego proceden el mundo entero, las cosas singulares y hasta el alma. “Este mundo, que es el mismo para todos, no lo ha creado ninguno de los dioses o de los hombres, sino que siempre fue, es y será fuego eternamente vivo, que se enciende con medida y se apaga con medida”.



585-523 a.n.e.
elemento . aire

Anaxímenes el principio originario de la naturaleza / **el aire**.

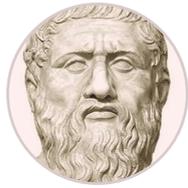
Esta sustancia, afirmaba, se transforma en las demás cosas a través de la rarefacción y la condensación. La rarefacción genera el fuego, mientras que la condensación, el viento, las nubes, el agua, la tierra y las piedras; a partir de estas sustancias, se crean el resto de las cosas.



640-548 a.n.e.
elemento . apeiron

Anaximandro / “apeiron”. Estos conceptos eran resultado de la apreciación materialista de los componentes esenciales de la naturaleza, lo cual fue reconocido por esta filosofía.

En este momento se buscaban los sustratos básicos de la naturaleza, la misma puede ser conocida y el hombre forma parte de ella y aún no se aprecia una interacción entre el hombre y la naturaleza y viceversa.



428-347 a.n.e.

En **Platón** aparece el primer contraste, su visión de la relación hombre -naturaleza incluye la belleza natural referida a plantas y animales, y cómo esto puede servir para formar costumbres en los hombres.

En Platón hay una expresión teórica más madura y acabada por avizorar el desgaste de la naturaleza en vínculo con la belleza natural.



384-322 a.n.e.

Por su parte **Aristóteles** esboza sus concepciones en cuanto a la relación hombre-naturaleza y ofrece varias definiciones de naturaleza, la reconoce como sustancia de aquellos seres que tienen en sí mismos el movimiento y el cambio. Los inserta en ella, esto permitió distinguir los entes naturales, como animales, plantas, tierra, fuego, aire, y los entes artificiales.

Fueron muchos los filósofos que se han ocupado de la relación del hombre y la naturaleza.

// **Henry David Thoreau**

1817 - 1862 . estadounidense

Fue un filósofo que dedicó sus esfuerzos a estudiar la naturaleza y su relación con la condición humana.

El presente trabajo también se basa teóricamente en los aportes de **Henry David Thoreau**, escritor, poeta y filósofo estadounidense, en quien se encuentra muy buena fundamentación y marco teórico para esta relación entre hombre, naturaleza, caminar y la propuesta del proyecto.

“En la naturaleza esta la preservación del mundo.”

“En el curso de mi vida me he encontrado sólo con una o dos personas que comprendiesen el arte de Caminar, esto es, de andar a pie; que tuvieran el don, por expresarlo así.”

“Debemos caminar conscientemente sólo parcialmente hacia nuestra meta, y luego saltar en la oscuridad de nuestro éxito.”

“La mayoría de los lujos y muchas de las llamadas comodidades de la vida no sólo no son indispensables, sino que resultan un obstáculo evidente para la elevación espiritual de la humanidad.”

“La riqueza es la capacidad de experimentar plenamente la vida.”

“La naturaleza esta llena de genio, de divinidad.”

/ Marco Teórico Especifico

Se plantea un problema que tiene que ver con la forma de vida actual y particularmente en las grandes ciudades. Stress, sedentarismo, falta de actividad física y contacto con la naturaleza. Lo que sigue es un breve resumen de las bases teóricas específicas (considerando las herramientas que nos brinda el diseño gráfico) desde donde se penso una solución a esta problemática.

Desde la función social del diseño gráfico se puede abordar el planteo y la solución de este problema, ya que el mismo nace como una necesidad de un sector de la sociedad y es esta rama del diseño quien puede aportar una mirada interesante y enriquecedora al respecto.

El proyecto tiene también como **objetivo generar una respuesta emotiva en las personas**. Se plantea un “cambio en el estilo de vida.” Y para ello se debe buscar la creación de un vínculo con que va más allá de la utilidad misma de los objetos que se presenten, en este caso serán piezas editoriales y demás piezas graficas con las que se estableciera la comunicación con el publico objetivo. Es el **diseño de emociones** quien nos brinda herramientas para llevar a cabo esta tarea.

Por otra parte, se considera muy relevante para el proyecto lo que nos aporta **el diseño de experiencias**, en torno a **obtener y fortalecer vínculos emocionales entre los usuarios y la marca**. Junto con esta perspectiva se sumó el aporte que el diseño lúdico didáctico tiene para hacer. No

prescindimos de sus herramientas en el presente trabajo, y en la realización de los objetos editoriales que se desarrollaran como parte de la estrategia de comunicación. El otro aporte significativo esta dado por el denominado diseño participativo, base de la grafica interactiva y espacial, ya que por intermedio de ella se potenciará la identidad y el lanzamiento de la marca.

Con estas bases teoricas provista por las distintas ramas y acepciones del diseño grafico se ha optado por diseñar un sistema de piezas que busquen cumplir con los objetivos planteados, culminando finalmente el proyecto con una pieza editorial que se caracterizara por estar dentro de la literatura infantil, y los denominados libros imago.

. Diseño gráfico social

El diseño Gráfico social apela a la responsabilidad profesional. Un diseñador gráfico no es solo un técnico especializado en cuestiones gráficas en la búsqueda de vender o posicionar un producto en el mercado, no lo moviliza solo los fines meramente comerciales. Entenderlo de esta manera es de alguna manera deshumanizar la profesión y a quien la ejerce. El diseñador debe hacerse la pregunta de que aporta a la sociedad con su diseño.

Según Jorge Gaitto la misión manifiesta del diseño gráfico es social. Surge desde la sociedad y su producción está orientada y dirigida hacia la sociedad, y configurada de acuerdo a las necesidades temporales del contexto del cual emerge y las características de cada una de ellas.

Las especificidades de la función social que el diseño adquiere se definen y varían de acuerdo a las necesidades temporales de la comunidad en la cual se desarrolla. Puede plantearse, el caso particular de proyectos cuyos fines son útiles para mejorar la calidad de vida de las personas o que se desarrollan sólo y únicamente como respuesta y cobertura de las necesidades humanas básicas.



Sonae Sierra presenta una campaña a favor del bienestar psicológico de la población tras la covid-19. La campaña “Mente en equilibrio” da visibilidad a algunas de las dificultades psicológicas que van apareciendo tras meses de convivir con la COVID – 19 y ofrece recomendaciones para afrontar ese malestar.

En su trabajo de investigación ¿A qué llamamos Diseño Social? Los autores indican que” las intervenciones del diseño social generan un espacio para encontrar soluciones. No se cambia aquello que no se reconoce, que no se ve, de lo que no se habla y es allí donde el diseño desde el ejercicio de la profesión puede contribuir...”

No es el diseño en si, sino el diseñador quien genera esta función social. El desafío del desarrollo responsable y consciente de la profesión lleva a reflexionar sobre el contexto en el que se desenvuelve. En este sentido, tal como sostiene Gustavo Valdés de León, “la práctica del diseño no se realiza en un espacio ideal, aséptico, políticamente neutral e incontaminado, sino en un espacio histórico, en contextos fuertemente condicionados por factores económicos, políticos y culturales que se determinan mutuamente.”

. Diseño gráfico de experiencias

El diseño de experiencias se basa en la identificación de los ‘momentos’ de vínculo emocional entre las personas, las marcas, y los recuerdos que producen estos momentos. Por lo tanto, un acercamiento al diseño experiencial considera los momentos de interacción entre las personas y las marcas, y busca generar el mayor valor posible de estas interacciones desde ambas partes con el propósito de crear memorias y recuerdos positivos.

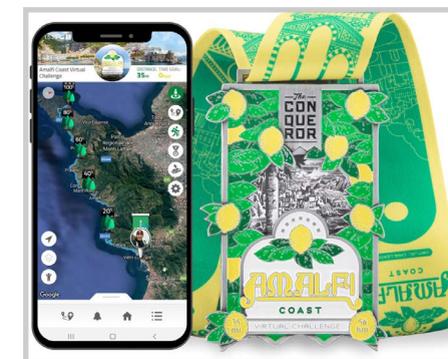
Podemos definir la Experiencia del Usuario como la sensación, sentimiento, respuesta emocional, valoración y satisfacción del usuario respecto a un producto, resultado del fenómeno de interacción con el producto y la interacción con su proveedor.

Si bien esto está más desarrollado en el ámbito de las páginas web o las apps también se considera que desde este aspecto del diseño de experiencias es que Planika propone identificar aquellos momentos en que su público objetivo se vincula emocionalmente con la marca, de hecho, consider-



La Sociedad Española de Medicina del Deporte (SEMED) ha puesto en marcha la campaña “Aptitud Física, Deporte y Salud”.

Está relacionada con la promoción de la actividad física y deportiva para toda la población. El objetivo es aumentar la práctica para mantener o recuperar la salud y hacerlo disfrutando. Su lema es “Salud, Deporte, Disfrútalos”.



The conqueror challenge . Medallas que se obtienen una vez cumplido el reto virtual, que consiste en recorrer (caminar, trotar, correr o nadar) una distancia determinada. Hay gran variedad de rutas y distancias, para cada una de ellas hay una medalla diferente.

amos que este tiene que ser el vínculo más importante, al estar dirigidos como una propuesta que genera un cambio en el bienestar, en la salud física y emocional, y en busca de una mejor calidad de vida.



The conqueror challenge . Medallas que se obtienen una vez cumplido el reto virtual, que consiste en recorrer (caminar, trotar, correr o nadar) una distancia determinada. Hay gran variedad de rutas y distancias, para cada una de ellas hay una medalla diferente.

. Diseño gráfico emocional

Cuando los primeros productos industriales empezaron a fabricarse no se tenían en cuenta aspectos que no fueran los meramente funcionales. Algunos creadores empezaron a plantearse que había que utilizar otros parámetros que introdujeran el punto de vista del usuario a la hora de emprender el proceso creativo de los objetos que se diseñaban. Empezaron a llevarse a cabo estudios ergonómicos que intentaron establecer una relación más profunda entre el usuario y su manera de interactuar con el producto.



“Juicy salif” by Philippe Starck
Pasamos de diseños **funcionales a diseños que se disfrutan** y que nos llevan a sentir placer y diversión. Podemos incluso ir más allá y hablar de marcas o productos que nos hacen viajar o (re) vivir experiencias únicamente por participar de la filosofía de la empresa.

Cada vez fueron tomando más importancia, los aspectos emocionales y psicológicos que intervenían a la hora de usar el producto, el comportamiento del usuario, cómo participaban sus cinco sentidos a la hora de usarlo, las sensaciones que le producían, las analogías emocionales que establecía, etc.

Este proceso también se ha dado con el Diseño Gráfico, desde el Diseño emocional. Para entender el diseño emocional hay que tener claro el concepto de emoción y el de usabilidad. Una emoción es una alteración del ánimo intensa y pasajera, agradable o penosa que aparece junto a cierta

conmoción somática que afecta al interés con el que se participa en algo que está ocurriendo.

La usabilidad es la capacidad de un producto o servicio de ser comprendido y empleado por el usuario de forma natural e intuitiva, porque los elementos del producto o sistema están ubicados y funcionan como el usuario espera.

Comprender desde el diseño emocional que el diseño debe enfocarse en un adecuado equilibrio entre lo estético, la eficiencia y el valor añadido en todos los procesos. Así se conseguira emocionar al usuario por una estética que le llegue al corazón. El hacer que la experiencia sea satisfactoria será el vínculo emocional definitivo que se encuentra dentro de ese diseño y hará que ese usuario sea fiel a la marca. Desde ese aspecto, es que el proyecto busca provocar, una respuesta emotiva en las personas, creando un vínculo con que va más allá de la utilidad misma del objeto.



. Diseño lúdico-didáctico

Según la RAE Jugar es según la realizar una actividad o hacer una cosa, generalmente ejercitando alguna capacidad o destreza, con el fin de divertirse o entretenerse. El juego y la imaginación son expresiones innatas del ser humano. El diseño lúdico entonces, tiene el objetivo de estimular al usuario a través de sus elementos de diseño, en la búsqueda

En el libro Emotional Design. Why Love (or Hate) Everyday Things, Donald A. Norman habla del concepto de diseño emocional y afirma que **“el principal objetivo del diseño emocional es hacer nuestra vida más placentera.”**



Guardabosques

// Grial - gato de papel para armar.
Diseños lúdicos didácticos relacionados con la naturaleza y su cuidado.



Guardabosques

// Monte Fuji bukku + Guardabosques.

da de la diversión, la creatividad o el entretenimiento. Son variados los estudios sobre la importancia del Diseño en el desarrollo de objetos lúdico-didácticos para niños. El diseño lúdico puede ser tanto para niños como para adultos, aunque es más común verlo en el diseño infantil.

Por definición se considera al objeto lúdico-didáctico como un sistema complejo que “Es una representación de un recorte de esa realidad, conceptualizado como una totalidad organizada (de ahí la denominación de sistema), en la cual los elementos no son “separables” y, por tanto, no pueden ser estudiados aisladamente” (García, 2006: 21). Son muchos los beneficios tangibles del diseño lúdico-didáctico frente a un diseño tradicional, podemos citar como ejemplo que reduce los niveles de estrés en los adultos y eleva la seguridad, el autocontrol y la creatividad en los niños.

Una de sus herramientas se manifiesta en el uso del color ya que este transmite emociones y cambios en el comportamiento. Esto en las ambientaciones lúdicas es muy importante ya que de esta forma se generan distintos efectos en el comportamiento.

¿Cuándo aparece la necesidad lúdica en los adultos?

Según Pedro Reissig, doctor en diseño de la UBA, docente e investigador de esta universidad y la Di Tella, “Cuando la gente está aburrida de tener todo lo práctico resuelto y aún le queda un vacío, surge lo que se llama brecha tecno-emocional. Pudiendo tener todo lo imaginable, ya sienten que nada vale, y buscan otra cosa que no saben qué es. Ahí entra lo lúdico y emocional. Este fenómeno ocurre en distintas culturas y en diferentes momentos, y no es un hito unilateral”, resume, que de este modo, vincula el juego a la emoción. A la hora de referirse a cómo interactúa el lenguaje del adulto y del niño en un objeto, explica que esta convivencia es confusa. “Se ha demostrado que es una falacia pensar que el adulto juega de manera distinta al niño, y viceversa. Si bien cada edad busca distintos niveles de estímulo y desafío, jugar -en esencia- es lo mismo para cualquier edad”.

. Gráfica interactiva y espacial

El diseño participativo, o diseño cooperativo, es una metodología de trabajo que surgió en los países escandinavos por los años 60’s y que sostiene que el proceso creativo debe involucrar a todos aquellos actores que intervienen de una u otra forma en el proceso de diseño.

Es un enfoque para diseñar tratando activamente a todas las partes involucradas (empleados, socios, clientes, ciudadanos, usuarios finales) con el fin de ayudar a asegurar que el producto diseñado se ajuste a sus necesidades y se pueda utilizar. Este enfoque se aplica a ámbitos muy diversos, desde la ingeniería, el desarrollo de software, en la arquitectura, el urbanismo y la arquitectura del paisaje, el diseño industrial y en el diseño gráfico.

La principal característica de esta metodología radica en que involucra a todos y cada uno de los actores que tienen que ver con la creación del objeto de diseño, desde su concepción hasta su realización y puesta en práctica. En este sentido es que la gráfica interactiva espacial se convierte en una propuesta original, novedosa y eficaz para desarrollar una estrategia de comunicación ágil y dinámica. Para el presente proyecto, que busca recrear un entorno de naturaleza en el ámbito de la ciudad, con intervenciones en el espacio, el diseño gráfico participativo se torna muy relevante.



Ruedi Baur . diseñador gráfico suizo
// The New School signage, New York



“Esculturas Efímeras Habitables”
(EEH). El objetivo principal es intervenir estratégicamente en lo urbano y generar participación ciudadana en el espacio público consolidándose como una táctica regenerativa de estos ámbitos.

“Lotus Eco-Bus Stop”
Es una propuesta llamativa para la nueva generación de paradas de autobús en Jiaxing, provincia de Zhejiang, China. Su diseño está fuertemente inspirado en la naturaleza, recoge agua de lluvia y energía solar.



OASE Tapas . Karel Martens .

// La revista de arquitectura OASE está diseñada por Karel Martens (diseñador gráfico holandés especializado en tipografía) con sus alumnos de la Werkplaats typografie.

. Diseño gráfico editorial

Es la rama del diseño gráfico que se dedica al diseño y la composición de publicaciones como revistas, periódicos y libros. También se dice que es una rama del diseño gráfico que se dedica a la diagramación y producción de diferentes piezas, como libros, revistas, periódicos, catálogos, etc.

A lo largo de todos estos siglos el diseño editorial ha mutado con la evolución del hombre y las nuevas tecnologías. El diseño editorial refleja la cultura y la sociedad de la época en la que se produce.

Así, del diseño de libros renacentistas y del trabajo artesanal de los copistas se pasó a composiciones más funcionales y modernas. Con el avance de las tecnologías el diseño editorial no solo comprende a los medios impresos, sino también a los formatos digitales. Numerosos periódicos y revistas se publican en internet y necesitan de un diseño específico para llegar a su público. El desarrollo de publicaciones para tablets, lo mismo que las apps para diferentes libros., etc. Todas estas piezas se nutren del diseño editorial.

. Literatura infantil

Se entiende por literatura infantil la literatura dirigida hacia el lector infantil, es decir, el conjunto de textos literarios que la sociedad ha considerado aptos para los más pequeños porque estos la pueden entender y disfrutar, al igual que todos los textos adoptados por los lectores más jóvenes como propios, pero que en origen se escribieron pensando en lectores adultos (por ejemplo Los viajes de Gulliver, La isla del tesoro, El libro de la selva, o Platero y yo). Se puede definir, entonces, a la literatura infantil como aquella que también leen niños. El libro que hemos desarrollado, si bien es un libro que pueden leer niños, nuestro objetivo es que sea disfrutado y compartido por los adultos.



Literatura infantil-Libros imago

Yael Frankel, diseñadora gráfica, ilustradora y autora argentina.

. Libros Imago

Imago es un latinismo que significa imagen o incluso representación. Los libros Imago son libros contienen principalmente imágenes, con muy poco texto, y que resultan muy útiles para que los niños aprendan a leer imágenes y textos conjuntamente. Además, tienen otro cometido importante: la educación estética y la introducción al mundo de los libros y de la literatura. Un buen libro Imago generara los siguientes efectos en los niños y en los adultos:

- _ Crea conversaciones en la familia, a partir de las historias en imágenes.
- _ Desarrolla la empatía, al analizar al personaje y ponerse en su lugar a medida que vamos “leyendo” la historia.
- _ Ayuda a “descubrir el mundo”, ya sea su entorno real o mundos imaginados.
- _ Que los niños hablen y hablen. Se utilizan mucho en los centros de logopedia.
- _ Ayuda a los niños a crear estructuras gramaticales más avanzadas.
- _ A que aprendan nuevo vocabulario. La mayoría están llenos de detalles.
- _ A inventar historias y organizar los conceptos clásicos de los cuentos.
- _ Al desarrollo del gusto por el arte y a apreciar los diferentes estilos de ilustraciones según los autores.
- _ Fortalece la capacidad de atención ya que con un libro con imágenes requiere de estar muy atento a los detalles.



Literatura infantil-Libros imago

Yael Frankel, diseñadora gráfica, ilustradora y autora argentina.



Literatura infantil-Libros imago

Marisol Misenta - ISOL, dibujante y autora de libros ilustrados argentina.

*Marco metodológico

/ Casos

. Caso 1 /
Alja Horvat - Ilustradora



2021 - **ahora terminando su licenciatura** . Universidad de Ciencias Naturales e Ingeniería de Ljubljana . especialización en diseño gráfico

2020 se convirtió en parte de la clase de **Arte y Cultura “Forbes 30 Under 30 Europe”**

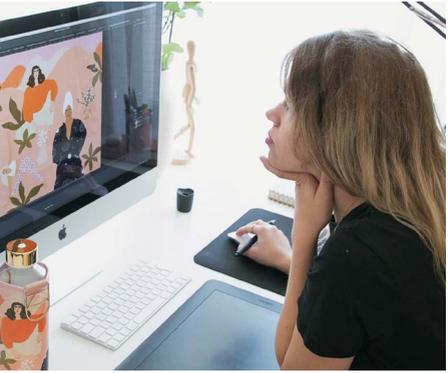
2019 participó en un proyecto con la empresa estadounidense **Causebox** . que lanza una caja de productos respetuosos con el medio ambiente

diseño para la marca eslovena **Zulu Zion una edición limitada** de calcetines y la presentaron en la Pop - Up Shop del Maribor Center for Creativity

Sus artistas favoritos - Josef Frank, Henri Matisse, David Hockney y Pierre Boncompain.

2016 **empieza a ilustrar** . el arte siempre ha sido una de sus pasiones. Siendo una gran fan de los 60 y 70, podemos sentir la nostalgia en sus ilustraciones

1996 **nació** . Maribor, Eslovenia, donde también creció y vive actualmente



Trabaja principalmente con su **tableta gráfica Wacom Intous**, pero también le encanta **la pintura con óleos**.



Vichy x Alja Horvat . Diseño para Vichy en su 89 aniversario junto con otras artistas femeninas.



Celiab x Alja Horvat . Creó varios estampados coloridos para la colección de Celia 2020.

Siendo una gran fan de los años 60 y 70.



Se inspira en todo lo que la rodea, principalmente en **la naturaleza**.

. Caso 1 / Alja Horvat - Ilustradora

APORTES A MI PROYECTO

Respecto del aporte del caso a “PLANIKA, Trekking como estilo de vida” voy a diferenciar algunos puntos que sirven de guía visual o conceptual:

1 Planika, Triglav, Cultura Eslovena .

En línea con la presentación de mi trabajo y con algunos de los objetivos que me planteo, además de transmitir la cultura eslovena del trekking y la importancia del Triglav, mi proyecto está relacionado con tener un acercamiento a la cultura eslovena en general y por ello presentar el trabajo de una artista joven, de origen esloveno me parece muy importante. De esta forma podemos conocer su inspiración, su forma de pensar y los temas que aborda en sus obras, y analizar si hay presentes elementos de la cultura eslovena con los que ella puede estar influenciada.

2 Como inspiración para mi propio proyecto .

“Me parece que la gente ya reconoce a mis chicas, la forma en que dibujo sus caras. Pero probablemente sigo siendo más reconocible por los patrones” dice Alja en una entrevista. Hay una forma muy particular y reconocible en sus obras. Generalmente

son mujeres con cabellos largos, ojos muy expresivos, cuerpos con contornos abstractos, con algunos patrones del arte sudamericano. “Mis ilustraciones son vivaces, llenas de colores, quisiera mostrar mujeres que son distintas, con distintos colores de pelo, distintas formas, con distintas pieles, para que todos nos empecemos a aceptar como somos.” Ella indica que si bien buscaba una paleta de colores propia, las formas son lo importante, las formas con lo que dibujas algo. En mi caso, para PLANIKA, si puedo aplicar algunas de las formas, colores y la estética con las que ella dibuja, esto sería un gran aporte para mi proyecto, puntualmente para pensar los soportes que a futuro tenemos que desarrollar.

3 Utilización de formas y colores siempre vinculados a la naturaleza .

Otra de las características de las obras de Alja, que es acorde con los objetivos de PLANIKA, es que además de las formas, casi siempre están presentes en sus ilustraciones además de mujeres, mucha vegetación, verde, plantas y animales. Sin duda esto es muy importante para ella, como para PLANIKA que propone un mayor contacto con la naturaleza, la flora y la fauna. Los colores que utiliza son vibrantes pero tranquilos al mismo tiempo.

/ Casos



. Caso 2 /
Jonna Breitenhuber - Diseñadora de
productos



2020

proyecto propio - SOAPBOTTLE.

2017 - ahora

**freelancer en - diseño de producto,
packaging y diseño gráfico, Berlin**

2016 - 2018

master en diseño - University of arts, Berlin
enfoque: diseño de producto y proceso
tesis final: SOAPBOTTLE

2016

pasantía - Michael Geldmacher, Munich
proyectos: muebles, diseño gráfico y de
interiores

2012 - 2016

**licenciada en diseño industrial - Ostbay-
erische technische hochschule, Regensburg**
enfoque: diseño, responsabilidad social y
ecología
tesis final: ALLPACKA

2015

**pasantía - Markus Bischof product de-
sign, Nuremberg**
proyectos en: iluminación, muebles

2011

titulación general de acceso a la universidad
- Gabrieli gymnasium, Eichstätt

1992

nació . Núremberg, Alemania



Nuremberg, Alemania - FachPack 2019, la feria de embalaje, procesos y tecnología. Jonna presenta su proyecto de SOAPBOTTLE.



Soapbottle . packaging hecho enteramente de jabón, 100% biodegradable.



Soapbottle . materias primas orgánicas - agua, aceites esenciales, soda cáustica, cierre reutilizable - stainless steel.



Allpacka . una mochila de estructura externa que se puede convertir en un carro. Inspirada es una mochila portabebés, que ha sido utilizada por montañistas, senderistas o hippies en los años 70 como mochila "tramper".



. Caso 2 / Jonna Breitenhuber - Diseñadora de productos

APORTES A MI PROYECTO

Respecto del aporte del caso a "PLANIKA, Trekking como estilo de vida" voy a diferenciar algunos puntos que sirven de guía visual o conceptual:

1 Como una visión del mundo .

El principal aporte que considero que podemos tomar de Jonna es su forma de buscar un mundo mas sustentable, buscando el cuidado del medio ambiente y con aportes a volver a una sociedad mas humana, sin tanto stress, promoviendo el contacto con la naturaleza y generando vínculos entre las personas (como inspiran otros de sus proyectos). Veamos dos de sus productos que siguen esta línea:

SOAPBOTTLE es un envase de jabón que propone reducir el uso de otro tipo de packaging que daña el ambiente. A medida que se usa el contenido que contiene, el paquete de jabón se disuelve muy gradualmente. Sus restos pueden usarse de nuevo, como jabón de manos o procesarse en detergentes. El jabón está hecho de ingredientes naturales y es biodegradable: los residuos pueden evitarse por completo.

ALLPACKA es una mochila de estructura externa que se puede convertir en un carro en solo unos simples pasos. Esto es posible gracias a la capacidad de ajuste de altura y las ruedas. Cuando se pliega el soporte, forma un marco horizontal en el que se pueden colocar objetos pesados. La inspiración es el portador de espalda, que ha sido utilizado por alpinistas y senderistas.

2 Como inspiración para mi propio proyecto .

Los dos productos mencionados previamente fueron desarrollados por Jonna como trabajos de tesis y eso inspira para que hoy es un proyecto de tesis como PLANIKA pueda hacerse realidad ya sea como desarrollo de una aplicacion, manual, packaging que este aportando al proyecto.

Ademas siempre apunta a lo innovador, practico, reciclable,... utilizando todos los elementos y recursos de su nocion del diseno y el cuidado de medio ambiente con distintos materiales. Se elige este caso ya que Jonna, al igual que PLANIKA se interesa por tematicas similares, se comparte una vision del mundo que inspira.

/ Casos



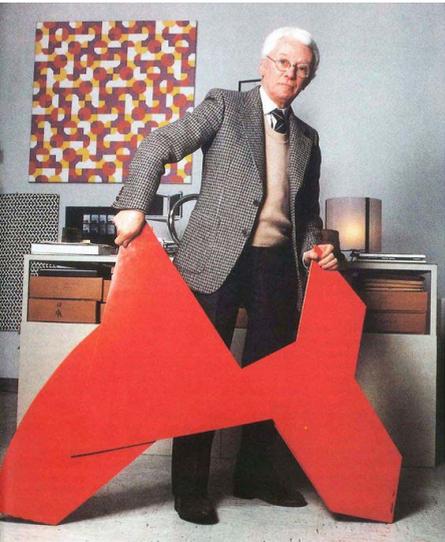
. Caso 3 /
Bruno Munari - Diseñador industrial y gráfico



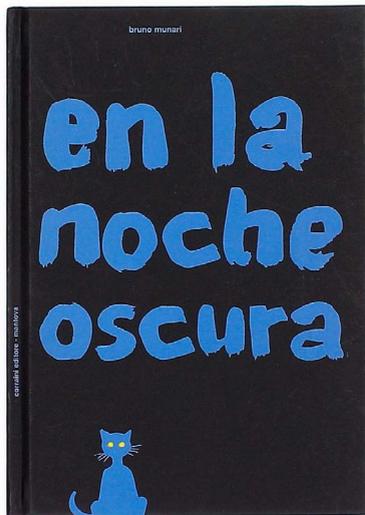
Bruno Munari . Milán, 24 de oct de 1907 - 30 de sept de 1998 . Fue un diseñador, poeta, escultor, pedagogo y autor de libros. Es considerado uno de los mejores diseñadores industriales y gráficos del siglo XX.

Aportó contribuciones fundamentales en diversos campos de la expresión visual y no visual con una investigación polifacética sobre el tema de la luz, el movimiento y el desarrollo de la actividad creativa y la fantasía en la infancia mediante juegos.

- 1998 **fallece a los 91, Milán**
- 1980 - 1990 **crea diversos ciclos de óperas**
- 1977 **crea el primer laboratorio para niños** en un museo, Milán
- 1965 - 1972 **realiza películas cinematográficas** de vanguardia
- 1965 **diseña en Tokio una “fuente a 5 gotas”** (fontana a 5 gocce)
- 1955 **crea el Museo immaginario** delle isole Eolie (Museo imaginario de las islas Eolie)
- 1951 **presenta Libri illeggibili** (Libros ilegibles) en el que **el relato es puramente visual**
- 1949 **Funda el MAC** (Movimiento de Arte Concreta)
- 1945 **empieza a escribir libros de literatura infantil**
- 1939 - 1945 **trabaja como diseñador gráfico** en la editorial Mondadori, y como **director artístico** de la revista Tempo
- 1930 participa en el futurismo, **inventa la Máquina Aérea** (Macchina Aerea, 1930)
- 1907 **nació . Milan, Italia**



De la pintura a la escultura futurista pasó por todas las formas de artes visuales imaginables. Un “verdadero futurista” y sus numerosos inventos y creaciones manifiestan todo su talento.



Nella Notte Buia (En la noche oscura) . publicado en 1956 es el más popular de sus libros infantiles. Un pequeño agujero en la cubierta del libro dibuja al niño en las aventuras de un gato azul...



“Più e meno” . Munari diseñó una serie de juegos donde el lector debe construir historias mediante la combinación y superposición que nacen de su interacción con las imágenes creando diferentes posibilidades de lecturas.



Libros ilegibles . Libros para niños, que no basan su lectura en el texto, sino en la percepción y exploración de la propuesta.



En los 80 realiza los Prelibri . unos pequeños libros que reafirman que: no sólo leemos las palabras escritas. Son estímulos visuales, táctiles, olfativos, sonoros, térmicos... Están dotados de lenguaje y de significado.

. Caso 3 / Bruno Munari - Diseñador industrial y gráfico

APORTES A MI PROYECTO

Respecto del aporte del caso a “PLAN-IKA, Trekking como estilo de vida” voy a diferenciar algunos puntos que sirven de guía visual o conceptual, fundamentalmente, en lo que respecta al análisis de obras y a la literatura infantil, sus aportes se consideran apropiados y enriquecedores para una mejor producción editorial y a su vez cumplir con los objetivos planteados en este proyecto.

1 Como inspiración para mi propio proyecto .

Respecto de sus aportes, los más importantes están relacionados con las dos piezas editoriales que estoy desarrollando en mi proyecto, uno de ellos un **libro infantil ilustrado**, el otro un **manual / brochure interactivo** con piezas para recortar e interactuar, en un espacio didáctico y un tercer **objeto interactivo** que conforma la totalidad del proyecto, con algunas de las características de los libros que el autor desarrollo.

Los libros infantiles del autor despliegan el espacio interno del libro y cuestionan su “objetualidad”, quebrando su estructura clásica. De esta manera se multiplican las

posibilidades y nacen sus libros troquelados, libros con hilos que lo atraviesan, libros con una página que puede tener muchas páginas, libros con capas, es decir con pestañas que juegan con la narración; páginas de metal, transparencias, libros sin palabras cuya narración se basa en el acto de pasar la página.

2 Utilización de la percepción y exploración .

Los libros que el autor realiza **para adultos**, son como los **libros para niños**, basados en el descubrimiento, las ventanas que se abren de una página a la otra o los colores que interactúan.

Esta idea también la estoy utilizando para mi libro imago, con características similares en cuanto al poco texto utilizado, ya que en sus “libros ilegibles” Munari fue un paso más allá. Estos libros no contienen ningún texto en absoluto y los niños pueden empezar leyendo, sintiendo o tocando el libro desde el principio, el medio o al final. Eran libros de arte realizados con papeles de diferentes tipos, collage, colores, formas, recortados, agujereados, que crean formas. Esto será de relevancia para mi proyecto.

*Proyecto

¿Que?

Planika es un proyecto que propone una alternativa para mejorar la calidad de vida de las personas, principalmente aquellas que viven y sufren los problemas generados en las grandes ciudades (estres, sedentarismo, contaminación, falta de contacto con naturaleza, trafico ruido, etc.).

La propuesta se basa en difundir la practica de una actividad que esta considerada dentro de los deportes de montana: **el trekking**, pero que en sus bases se remonta a cuestiones que **nos define filosofica y morfologicamente como seres humanos: caminar y el contacto con la naturaleza.**

¿Cuando?

El **Día Mundial de la Salud Mental** se conmemora todos los 10 de octubre; el objetivo que persigue, es el de recordar que la salud de cada individuo es la sólida base para la construcción de vidas plenas y satisfactorias. La definicion de "salud" propuesta por la Organización Mundial de la Salud (OMS) es un "estado de completo bienestar físico, mental y social, no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades". Así, se establecen estrechos vínculos entre la salud física y la salud mental, entendiendo que son pilares fundamentales para el bienestar.

Por eso este dia sera el lanzamiento de Planika cuyos objetovos estan directamente relacionados con esta definicion de salud, considerando la importante relacion entre el bienestar fisico y mental.

¿A quien?

La problematica planteada por el proyecto planika tiene su origen en la forma de vida que se da en la actualidad y principalmente se

agrava en las grandes ciudades. Por ello el publico al cual va dirigido es un publico urbano que sufre dia a dia la falta de contacto con la naturaleza el sedentarismo, el ruido, el trafico, etc. y esto tiene graves consecuencias en su salud fisica y mental.

Por eso el proyecto no esta dirigido a los amantes del trekking, si no a aquellos que necesitan una mejora en su calidad de vida. Para una exitosa campana de comunicacion visual es necesario dividir el publico en **3 tipos:**

- . **Personas entre 20 y 50 años**, que viven en grandes ciudades con poco o ningun contacto con la naturaleza, que esten interesadas en realizar actividad fisica y cambiar su estilo de vida.
- . **Público adolescente desde 16 a 20 años**, que desconoce las virtudes que tiene una actividad como el trekking y los beneficios que esto pueda traer para su salud.
- . **Toda persona, desde 5 años** con ganas de realizar actividad fisica y tener una mejor calidad de vida.

Para todos ellos sera fundamental informar sobre la posibilidad de realizar este tipo de actividad si necesidad de viajar a lugares muy alejados de donde viven, ya que el trekking puede estar asociado a destinos muy lejanos a Buenos Aires y existen numerosas alternativas de facil acceso para practicarlo. Esto en general se desconoce.

¿Como?

Respecto de la **teoria textual** utilizada, las piezas son en general **alotopicas**, con predominio de la **sustitucion y la adjuncion** como reglas u operaciones retoricas. No son piezas que rompan con el criterio **intertextual**.

Respecto de la **enunciación**, en las piezas desarrolladas predomina la perspectiva de enunciación del **discurso** (por sobre la del **relato**) ya que en general esta la existencia clara de una primera persona (**el enunciadore**) y una segunda persona (a quien o quienes esta dirigido el enunciado o mensaje). En menor medida esta presente el enun-

ciador **complice** que esta en la misma altura que el destinatario, se funde en una única figura discursiva, los dos hablan a una misma altura, hay una relacion de simetria y una actitud de maxima cercania respecto del **destinatario**.

Como **tecnica de persuasion** se utiliza la **retorica**. Las piezas reaizadas se basan principalmente en hechos y valores compartidos por toda la sociedad, todos estamos de acuerdo que tener una buena calidad de vida es algo favorable, que hacer actividad fisica y tener contacto con la naturaleza nos traera beneficios para la salud fisica y mental.

Como forma de construccion de la **identidad visual de la marca** y para el cumplimiento de los objetivos planteados, se propone material que tenga utilidad practica, que de visibilidad a la marca y transmita su mensaje. Para ello se han desarrollado siguientes **actuaciones de soportes graficos**:

/ **Afiches** - Por el medio de la retorica y con enunciados principalmente emitidos por un enunciador pedagogico se busca informar y persuadir al destinatario al mismo tiempo que se da a conocer la marca Planika, invitando a la reflexion, transmitiendo valores y generar emociones.

/ **Redes sociales** - Como parte de la construccion de la identidad visual de la marca se desarrollan posteos para instagram. Se busca generar contacto con el publico objetivo, principalmente jovenes entre 16 y 20 años por medio de un fuerte impacto visual y remarcar el contraste que se genera entre una vida con contacto con naturaleza, el verde, los rios, los paisajes, la flora y la fauna con la vida que el publico objetivo desarrolla en las grandes ciudades, generando la necesidad de un cambio.

/ **Intervenciones - Alcorta Shopping** - El desarrollo de concepto está basado en dar visibilidad a la marca, transmitir sensaciones y en estimular los sentidos del publico objetivo. Se lleva la naturaleza y sus sonidos a la gran ciudad. Por lo tanto la intervencion tiene un caracter informativo pero tambien persuasivo e interactivo. Su objetivo esta relacionado con el evento de lanzamiento de la marca.

Libro infantil ilustrado: Como forma de contacto y de generar conciencia desde temprana edad de la importancia de la naturaleza y de caminar es que de esta forma nos dirigimos a un publico objetivo infantil. Se desarrolla un libro imago cuyas características hacen que sea compartido por toda la familia y que tenga beneficios tanto para el niño como para los adultos.

/ **Manual/borchure interactivo:** Pensado para todas las edades. Es principalmente informativo para los jovenes y adultos, detallando todo lo necesario para conocer el trekking y ludico didactico, para los mas pequeños ya que se encuentran dentro animales para armar.

/ **Objeto interactivo:** De caracter persuasivo, busca principalmente reafirmar el contraste con imagenes ilustrativas y textos informativos, entre la vida en las grandes ciudades y su problematica y los beneficios que propone Planika. tanto para la salud fisica como mental.

¿Dónde?

Planika tendrá sus oficinas en la Ciudad de Buenos Aires. El lanzamiento de la marca, tendrá como primera y principal acción la intervención en el shopping Paseo Alcorta, en el barrio de Palermo. Este lanzamiento tendrá como soporte diversas piezas gráficas, visuales, editoriales y presencia en las redes sociales. Habrá afiches en toda la ciudad de Buenos Aires principalmente en las distintas estaciones de medios de transporte público, trenes, subtes y paradas de colectivo. Estarán ubicados en calles principales y grandes avenidas, cuyas características es ser zonas con mucho tráfico, con constante flujo de jóvenes y adultos a los cuales se les plantea la necesidad de un cambio. De esta forma nos aseguramos de llegar a la mayor cantidad del público objetivo posible. También por intermedio de Instagram nos aseguramos llegar al público joven principalmente.

Respecto de la pieza editorial desarrollada, el libro infantil imago, que busca llegar a toda la familia, tiene como estrategia de comunicación inicial proponerlo de manera gratuita en 2 instituciones de enseñanza inicial, Montessori y Waldorf.

/ **Marca**

Desarrollo de propuesta

Calidad de vida
Contacto con la naturaleza
Sendero
Dinamismo

PLANIKA

PLANIKAA

PLANIKA

. **logotipo** . ajustes

// búsqueda de apropiación de las formas de una tipografía que ya existe, NovaMono (morfología atractiva).

// refuerzo semántico, sobre la tipografía.

// ajustes con curvas redondeadas iguales de un lado y terminaciones en punta del otro.

. **croma**



C 98 R 12
M 84 G 35
Y 46 B 63
K 51



C 0 R 239
M 87 G 72
Y 86 B 53
K 0

. **isotipo** . ajustes

// un sendero (como los mapas) a recorrer, que representa un ascenso con salida hacia la derecha.

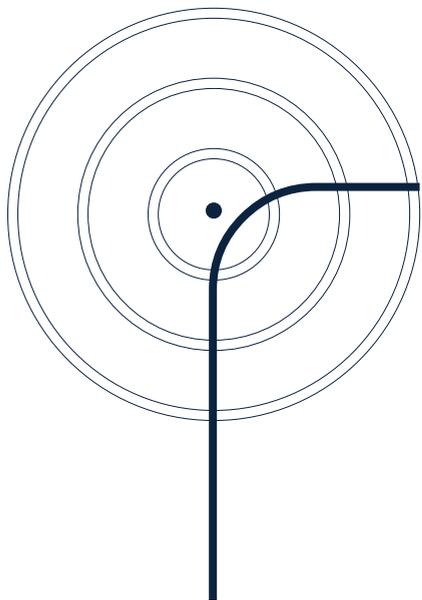
- **la cima** .

- **nivel 3** .
Clutura eslovena

- **nivel 2** .
objetivo / Nuestra propuesta

- **nivel 1** .
problema / Vida en grandes ciudades

// línea horizontal como soporte de logotipo que lo contiene

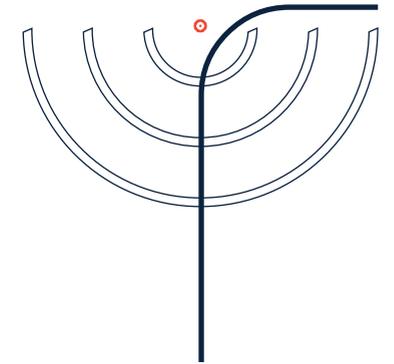


. **propuesta final** . **isologo** . dos opciones

PLANIKA



PLANIKA



. **partido conceptual** . el lema

Trekking como estilo de vida.

La flor Planika crece en las alturas de las montañas, ir en su búsqueda significa reforzar nuestro vínculo con la naturaleza, resensibilizarnos con experiencias simples pero muy importantes. Planika es una flor difícil de alcanzar. La propuesta es el descubrimiento del trekking como estilo de vida.

. **concepto**

Se busca comunicar el concepto de un sendero de cambio hacia una mejor calidad de vida, con un ascenso hacia la cima donde se encuentra Planika.

El punto rojo de la marca conceptualiza la idea de guía hacia donde debemos dirigirnos para encontrar el camino correcto hacia la cima.

Se encuentran elementos en formas redondeadas (suaves y orgánicas) que transmiten la idea de naturaleza y a su vez en su totalidad comunican fortaleza y determinación.

. **nombre**

La conceptualización de la marca "Planika" proviene del idioma esloveno. Es la flor emblemática de las alturas, símbolo del montañismo y del trekking, entre muchas otras características positivas, asociadas a la naturaleza y la bondad.

La flor está provista de mucha simbología no solo en Eslovenia, sino en varios países de Europa. Su flor modesta, efímera y remota ha simbolizado el valor, el coraje, el honor y el amor eterno.

. tipografía

Sprat (OTF) . Sprat (OTF)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz123456789.,;!?#%&=-+-
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz123456789.,;!?#%&=-+-

Raleway . Raleway

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz123456789.,;!?#%&=-+-
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz123456789.,;!?#%&=-+-

Gotham . Gotham

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz123456789.,;!?#%&=-+-
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz123456789.,;!?#%&=-+-

Helvetica Neue LT Com . Helvetica Neue LT Com

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz123456789.,;!?#%&=-+-
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz123456789.,;!?#%&=-+-

// Representa impacto contemporaneo, la sensacion contacto con la naturaleza, simpleza, calidez y los valores que se buscan transmitir en Panika.

. croma



// Se mantiene la misma gama cromatica en todo el proyecto para sostener el sistema.

// Elegida gama de tonos que representa y da la sensacion a naturaleza (conectar, respirar, explorar, etc.).

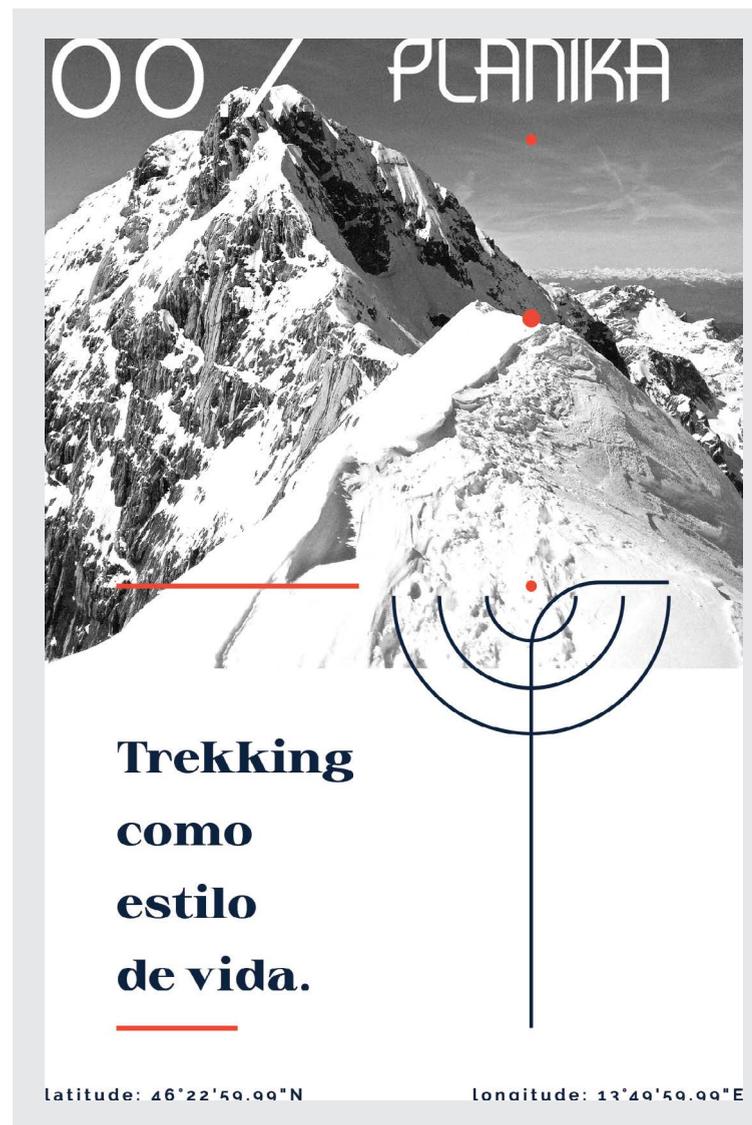
. lenguaje

// Dar por el todo ricas fotografias (naturaleza, personas en naturaleza, etc.) que convocan efectivamente oxigenarse mejor, mirar alrededor, dar impacto visual y convocar estos detalles.

// Lo más característico de las piezas del sistema son juegos tipograficos, elementos - miscelaneas, lenguaje de vector, ilustraciones y texturas.

/ Afiches via publica

Afiches persuasivos - proyectos e identidad de la marca



. gráfica visual .

// serie de 4 afiches, con numeracion en orden (detalle, numeros de 00 a 03).

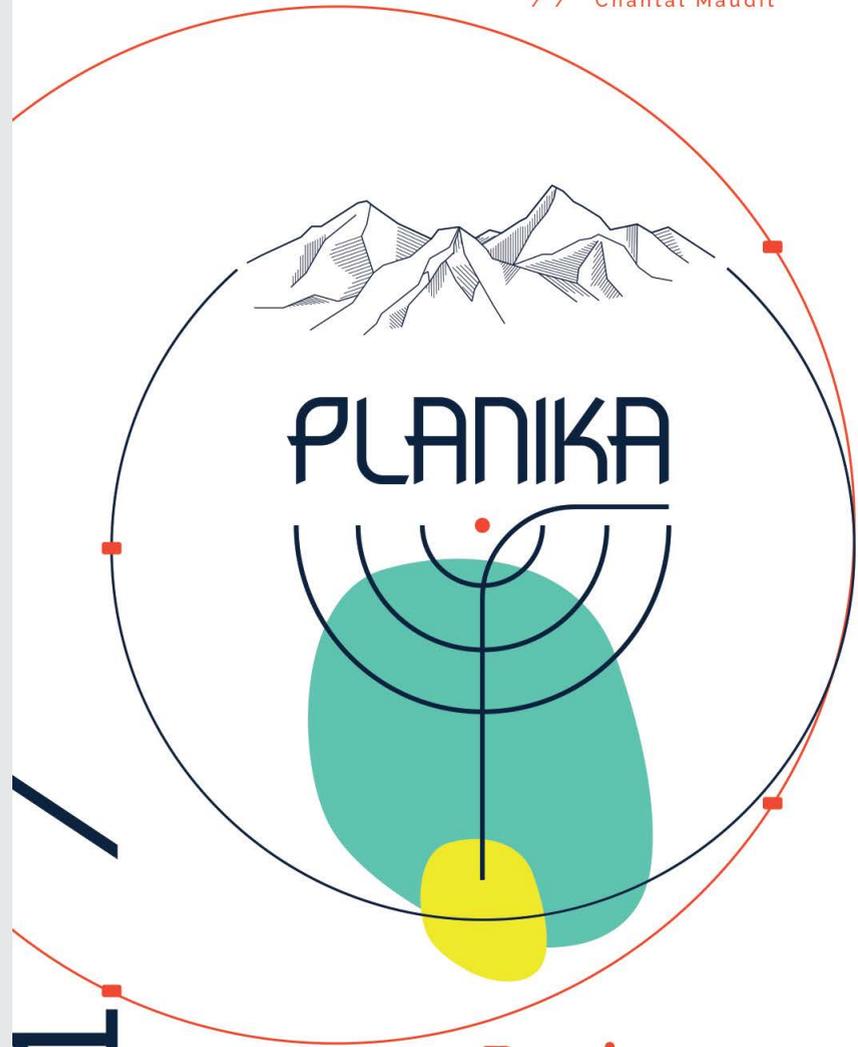
// elementos de anclajes . montaña, flor, mapa, miscelaneas

// lenguaje . abstracto figurativo, elementos plásticos para realizar/reflejar/dar efecto a gráfica contemporánea.

// comportamiento de marca . como elemento que permite juego tipográfico (en continuo movimiento) con lo cual se busca cercania emocional.

// se usan distintas frases de Alpinistas para reforzar la idea del trekking.

// Chantal Maudit



01 /

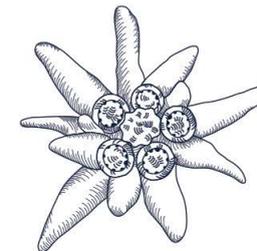
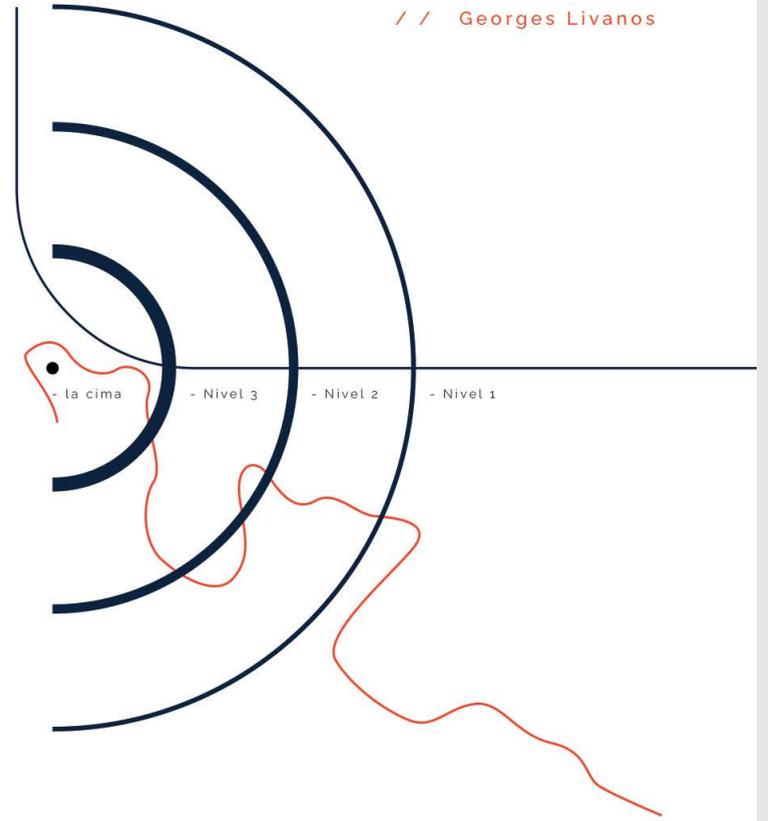
Persigo la felicidad.

Y la montaña responde a mi búsqueda.

. . .

// Georges Livanos

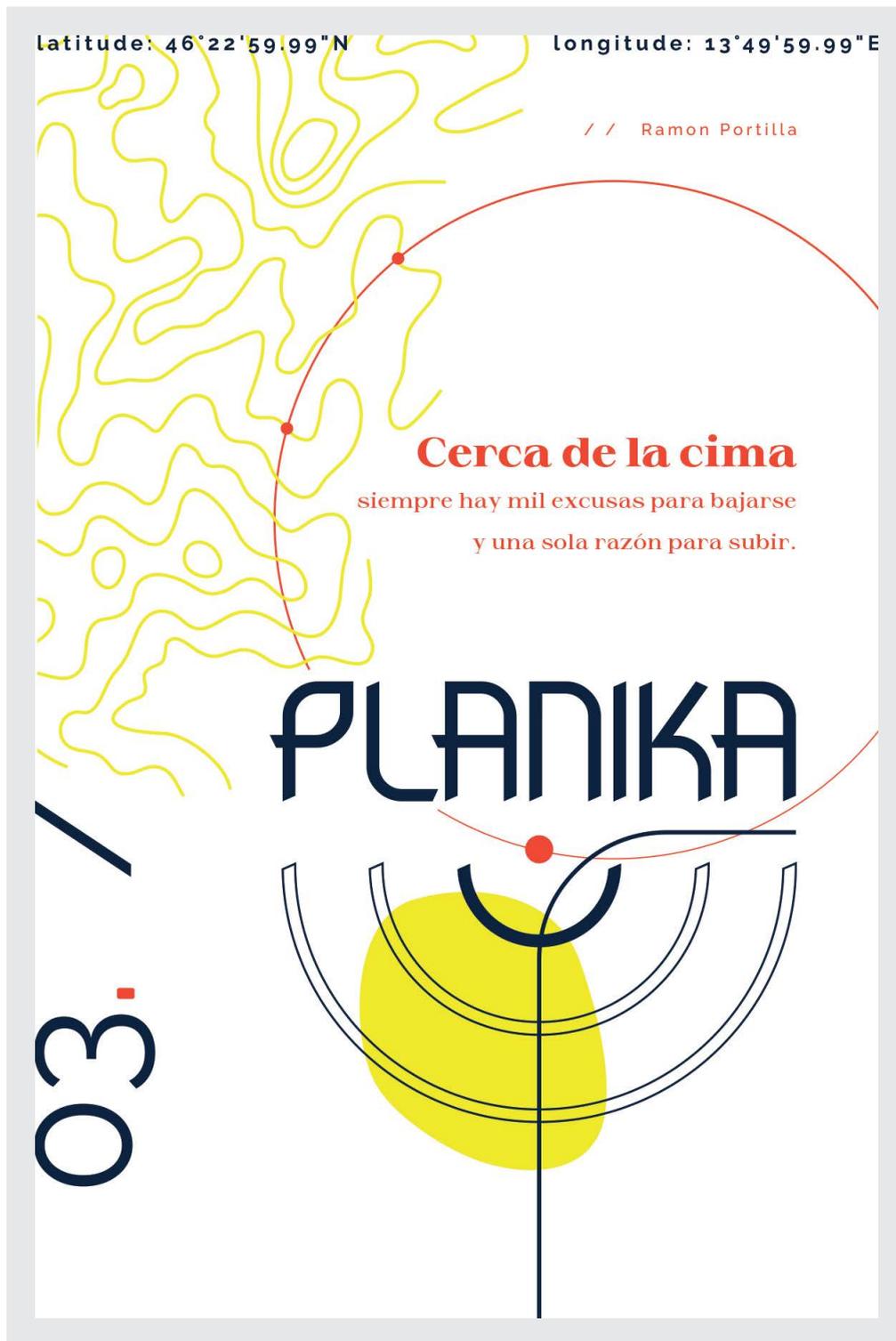
02 / PLANIKA



Lo esencial

no es escalar rapido,
sino durante
mucho tiempo.

.
. .
. . .



estrategia - vía pública

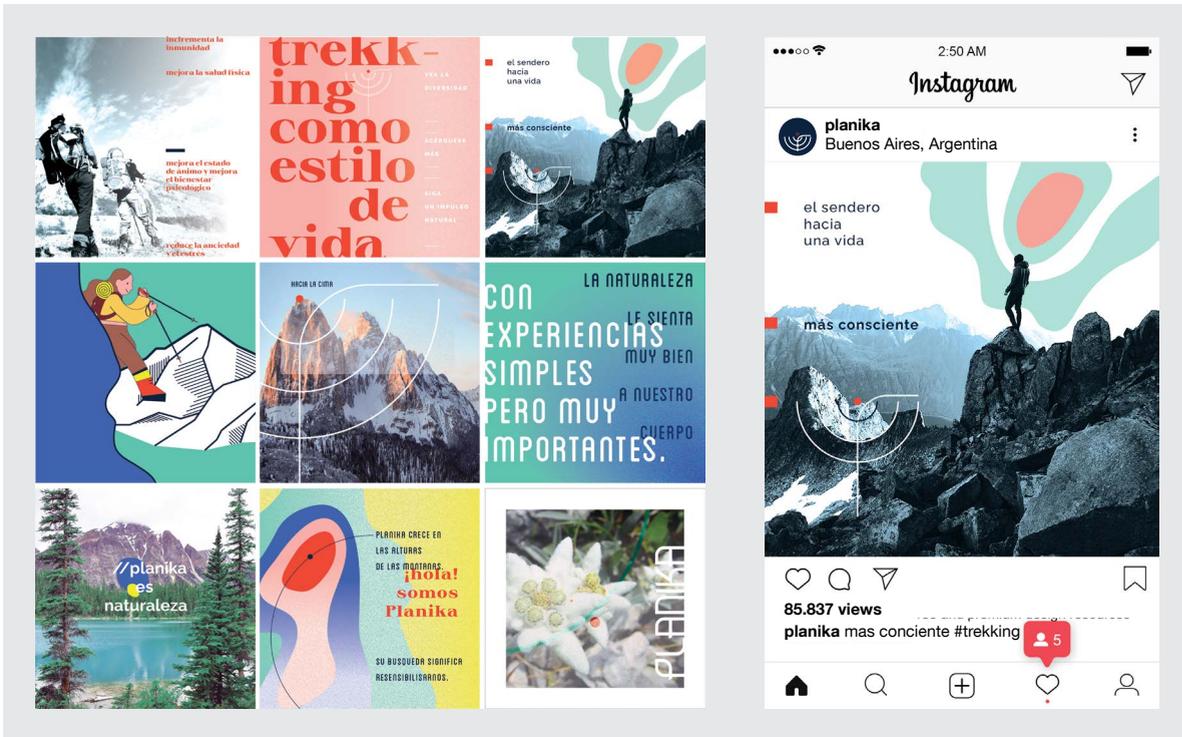
// Se eligen lugares estratégicamente ubicados en relación al transporte público (paradas de colectivo, líneas de subte y tren) donde siempre hay un constante movimiento de personas.

En estos espacios hay gran flujo del público objetivo del proyecto, especialmente trabajadores urbanos de clase media y alta, oficinistas, profesionales y jóvenes estudiantes.



/ Posteos de instagram

Introduccion del proyecto



SE BUSCA DAR FUERTE IMPACTO VISUAL

mensaje

Con el proposito de dar a conocer el proyecto al publico objetivo, se realizan acciones en esta direccion, puntualmente posteos en instagram. Se busca generar un dialogo con aquellos interesados principalmente en actividades al aire libre y de mayor contacto con la naturaleza, educando sobre el trekking y sus beneficios.

De esta manera es posible comunicar nuestros valores en busqueda de la identificacion por parte del publico objetivo.

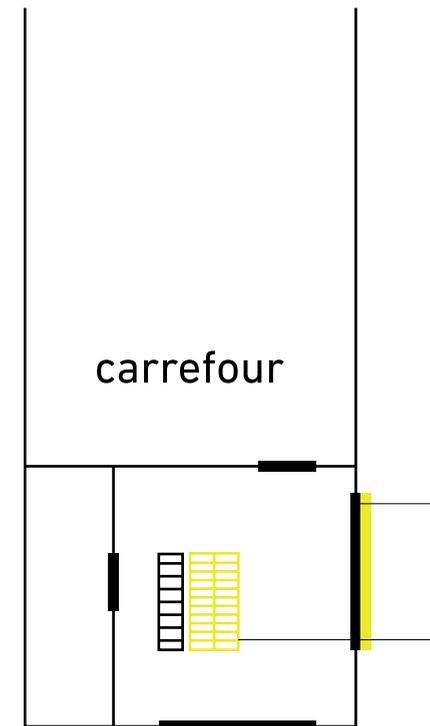
PROMOCIONAR

/ Intervenciones

Alcorta Shopping

Paseo Alcorta se ha posicionado como el centro comercial referente de la moda Argentina. Está ubicado en Barrio Parque, uno de los barrios más distinguidos y de mayor nivel socio-económico de la ciudad. Apuntamos a comunicarnos con el público objetivo de Planika y que este conozca y se interese en un proyecto que ofrece que reflexionemos acerca de nuestro estilo de vida, proponiendonos un acercamiento a la naturaleza, una mejora en la calidad de vida, combinado con mayor actividad física.

// planta baja



. **entrada principal**
INTERVENCIÓN 1
(banner exterior)

. **hall de entrada**
INTERVENCIÓN 2
(escalera mecánica - intervenida)

. entrada principal . banner exterior
INTERVENCIÓN 1

Al llegar a Paseo Alcorta en su entrada se encuentran dos banners que se acompañan uno al otro. La pieza superior esta compuesta con fotografía de la montaña Triglav donde crece la flor Planika y por una parte de la marca, en este caso logotipo que esta superpuesta y dividida con tres secciones de colores. El mismo banner esta acompañado con el mensaje del partido conceptual -Trekking como estilo de vida- de la campaña.

En la parte inferior, esta otra parte de la marca - isotipo que la misma cumple su función por separado. A la pieza la acompaña la montaña Triglav en forma vectorial y la referencia al instagram @planika.



mensaje

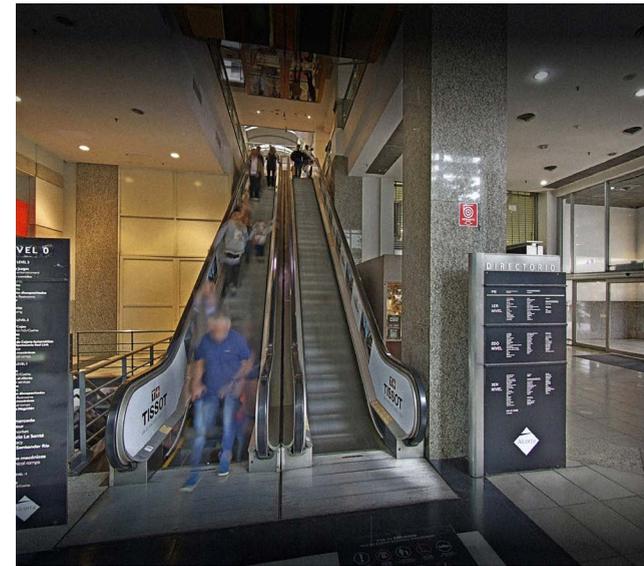
En las piezas se busca impactar a los receptores para que reflexionen acerca de su estilo de vida actual. Ambas piezas funcionan para que las vea tanto el público que pasa de lejos como el que ya esta por entrar al centro comercial.



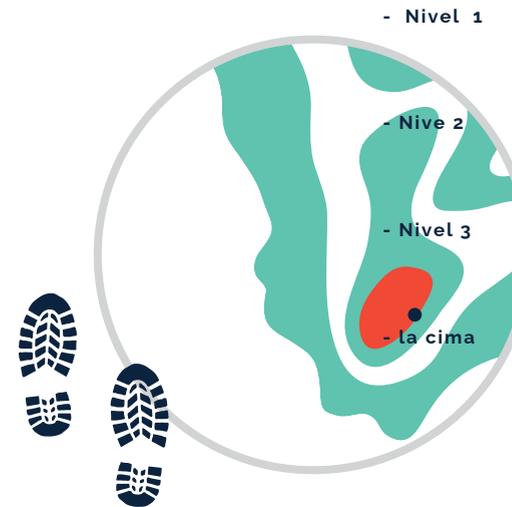
. hall de entrada . escalera mecánica intervenida
INTERVENCIÓN 2

Al ingresar al centro comercial hay una escalera mecánica que nos lleva al primer nivel. La misma esta intervenida por los caminos de los mapas hacia la cima de la montaña de forma abstracta, haciendo contraste entre las formas de escalera rectangular y entre las formas orgánicas de la intervención.

En cada segundo escalon se encuentran marcados distintos niveles de alturas llegando hacia la cima, acompañados por las huellas de las botas de las personas.

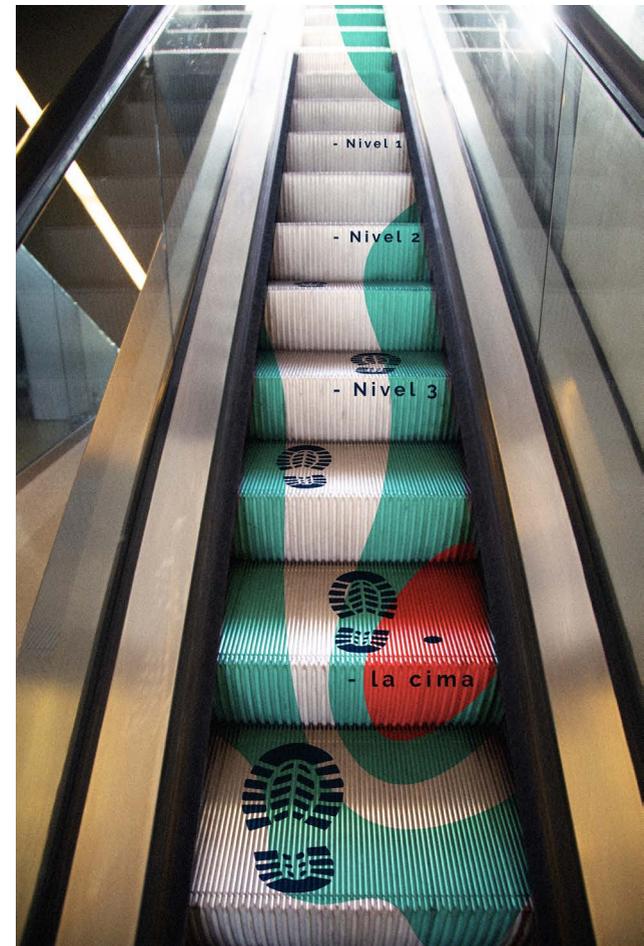


elementos gráficos . señalética distributiva y locativa

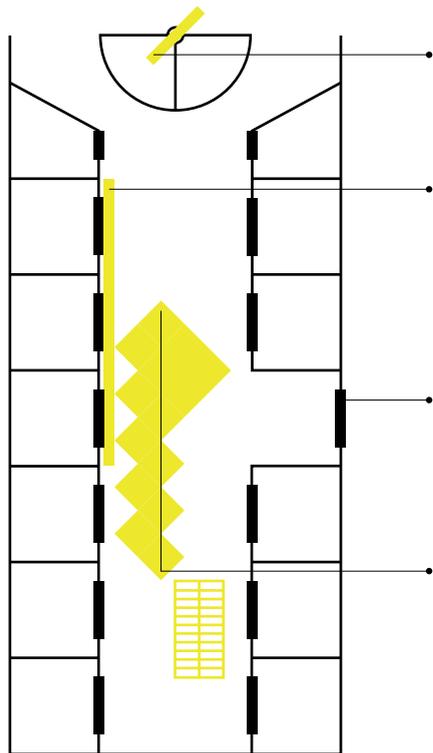


mensaje

Se toma la escalera mecánica como metáfora de simular la subida a la montaña, donde los involucrados interactuan con las huellas en cada escalon.



// nivel 1



. pasillo central . nivel 1

INTERVENCIÓN 5

(afiche . personaje - entre pisos)

. pasillo

INTERVENCIÓN 4

(afiches - balcones entre pisos)

. entrada desde el estacionamiento

. pasillo . nivel 1

INTERVENCIÓN 3

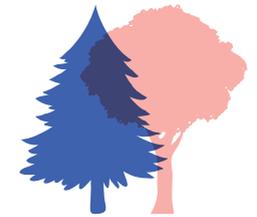
(piso intervenido, montaña 3d, audio sonido - experiencia sensorial)

. pasillo . piso intervenido, montaña 3d, audio sonido - experiencia sensorial

INTERVENCIÓN 3

Al subir al primer nivel, se encuentra el piso intervenido en el pasillo. Se toman módulos del mismo y se intervienen con las siluetas de arboles del bosque, superpuestos con distintos colores. En el medio de ellos hay un camino marcado con símbolos, que nos lleva hacia la montaña grande, que esta ubicada en el medio del hall y conectada con la entrada del pasillo que lleva al estacionamiento. En los laterales de la montaña estan los bastones para hacer trekking y dos mesas altas con auriculares puestos, donde el receptor interactua con los mismos. La música remite al sonido del bosque, flora y fauna, rios...

elementos gráficos . señalética distributiva y locativa



mensaie

Planika propone una experiencia sensorial que puede hacerse realidad, potenciando un ambiente natural, sin estrés y sin el ruido de la ciudad para conectarse con uno mismo.



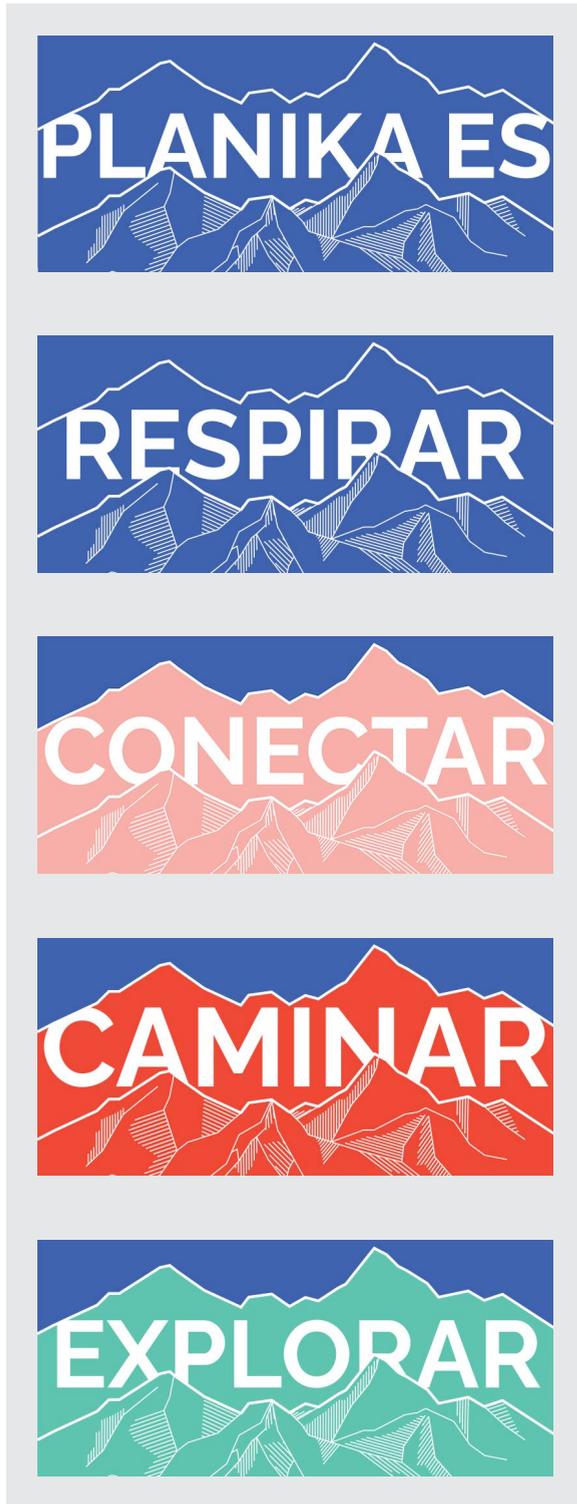
INVOLUCRAR SENTIDOS Y SENSACIONES

. pasillo . afiches - balcones entre pisos
INTERVENCIÓN 4

Desde el primer nivel se ven intervenidos balcones en los dos pisos superiores, segundo y tercer nivel. Las piezas están hechas de vinilo y cubren parte exterior de balcones. Las piezas del tercer nivel están conectadas con las piezas del segundo nivel, tanto en el mensaje que se forma, como en la imagen y los colores formando parte del sistema.

mensaje

Al mismo momento que el receptor camina por el pasillo, se sienta en los bancos o recorre el sendero Planika puede observarlos, lo que hace que tenga una experiencia integradora, ya que los banners forman el siguiente mensaje - Planika es respirar - conectar, caminar, explorar.



. pasillo central . afiche . **presentación de personaje** - entre pisos
INTERVENCIÓN 5

Colgando del techo del hall central se encuentra una pieza con el personaje (con bastones, botas y mochila para la montaña), haciendo trekking, compuesto por el nombre de la marca y el instagram @planika.

mensaje

Se busca la identificación y generar empatía en el público objetivo con el personaje creado, invita a la reflexión y busca generar la pregunta: No podría estar yo en su lugar?

REFLEXIONAR



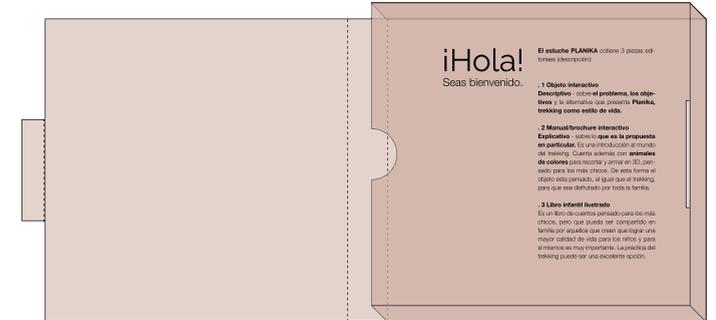
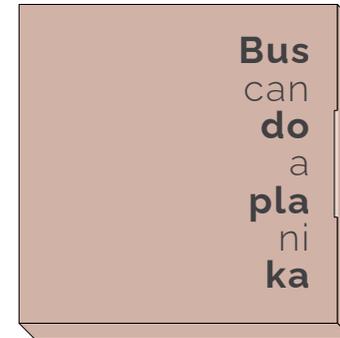
EMPATIZAR



identificación

El personaje transmite tranquilidad y felicidad al introducirse al mundo Planika, ya que esta atravesando el nombre Planika y esto funciona como una metáfora. Va hacia adelante invita a acción, a descubrir un mundo nuevo.

// Estuche y su contenido



estuche . kraft . 100% renovable, reciclable y biodegradable

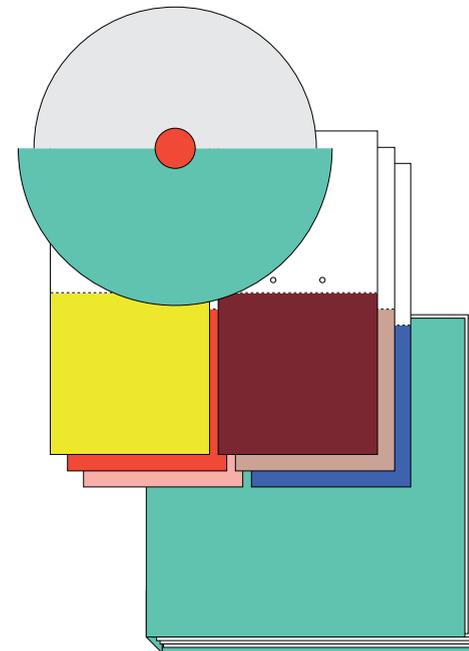
El estuche PLANIKA contiene 3 piezas editoriales (descripción):

formato . 40 x 40 cm no convencional

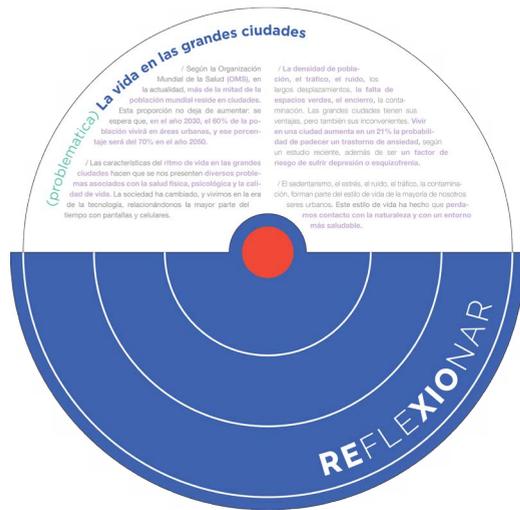
. 1 Objeto interactivo
Descriptivo - sobre **el problema, los objetivos** y la alternativa que presenta **Planika, trekking como estilo de vida.**

. 2 Manual/brochure interactivo
Explicativo - sobre lo **que es la propuesta en particular.** Es una introducción al mundo del trekking. Cuenta además con **animales de colores** para recortar y armar en 3D, pensado para los más chicos. De esta forma el objeto esta pensado, al igual que el trekking, para que sea disfrutado por toda la familia.

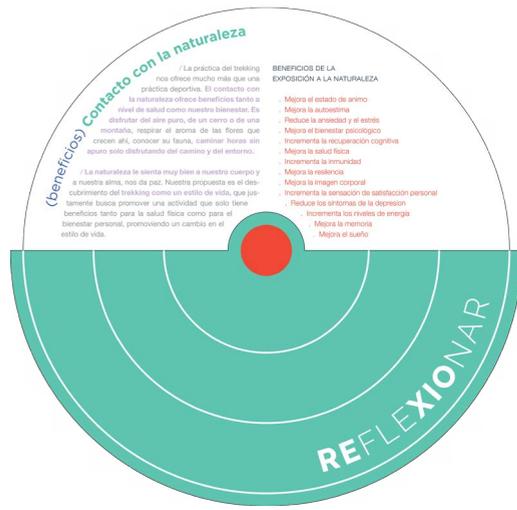
. 3 Libro infantil ilustrado
Es un libro de cuentos pensado para los más chicos, pero que pueda ser compartido en familia por aquellos que creen que lograr una mayor calidad de vida para los niños y para sí mismos es muy importante. La práctica del trekking puede ser una excelente opción.



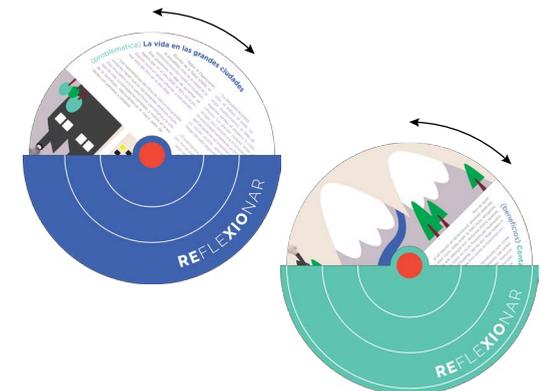
/ Pieza editorial 1
Objeto interactivo



. frente . problemática . La vida en las grandes ciudades



. dorso . beneficios . Contacto con la naturaleza

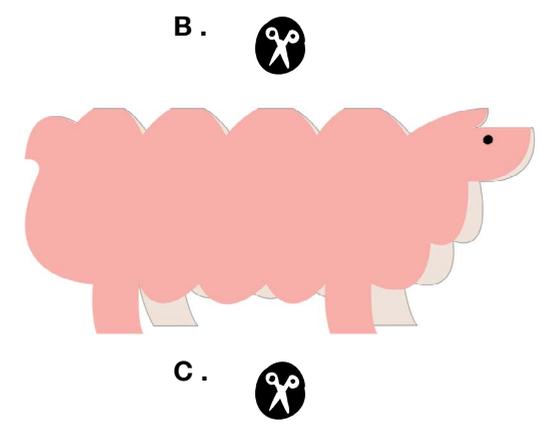


forma morfoogica . soporte grafico toma la forma de la marca como metafora

gran contraste entre elementos gráficos (dorso / frente) .

El objeto esta sujetado por el centro del circulo rojo. Al girar la parte inferior del objeto se encuentra la informacion que describe el dibujo del mismo lado y al revés, mientras en otro lado del objeto esta todo lo opuesto (problematica / beneficios).

/ Pieza editorial 2
Manual/brochure interactivo

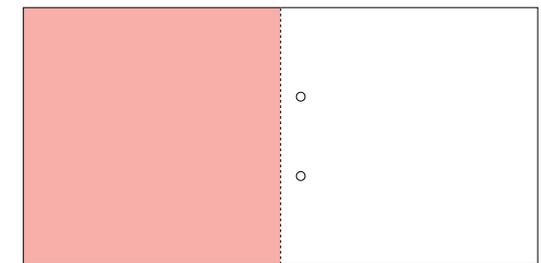


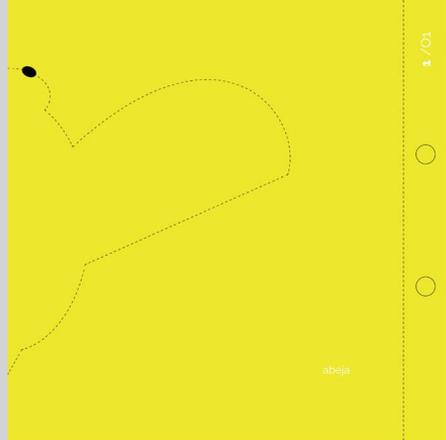
. manual PLANIKA . usos de sus pliegos

A . Los pliegos se dividen en 6 colores, cada uno de ellos esta marcado con números del 1 - 6 y así es como van en orden sucesivamente. Por ejemplo - color rosa, es animal numero 3 que tiene 4 páginas cuays estan marcadas con números de 3/09 - 3/12.

B . Dentro de **los pliegos se encuentran distintos animales para recortar y armar en 3D**. Para hacerlo, solo se debe guiar por donde indica la linea punteada.

C . Una vez que estan recortados y armados todos los animales, se puede recortar y separar todas las hojas del color, siguiendo la linea punteada. Luego se ordenan por números, se toma una cinta (20 cm aprox.) y se la une por círculos troquelados. Así se obtiene el **primer manual** de experiencia con **Planika**.





1 / 01

iHola!

Seas bienvenido.

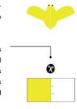
/ GUIA:

Seguro te has preguntado como manejar estas "hojas de colores"? Es muy simple! Acá te damos un par de tips para utilizar tu primer manual de Plinka.

A. Los pliegues se dividen en 6 colores, cada uno de ellos está marcado con números del 1 - 6 y así es como van en orden sucesivamente. Por ejemplo: color amarillo, número 1, tiene 4 pliegues que están marcados con números de 01 - 04.

B. Dentro de los pliegues encontramos distintos animales para recortar y armar en 3D. Para hacerlo, solo debes guiarte por donde te indica la línea punteada.

C. Una vez que ya hayas recortado y armado todos tus animales, puedes recortar y separar todos los hojas del color siguiendo la línea punteada. Luego los ordenas por números, tomas una cinta 20 cm de ancho y los unes por círculos troquelados, así tendrás tu primer manual de experiencia con Plinka. ¡Diversión!



abeja

Este manual está pensado para aquellos que quieren descubrir en un nuevo estilo de vida. Te damos lo necesario para que puedas descubrirlo.

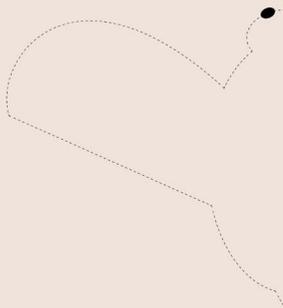
/ INDICE:

¿Por qué caminamos?	/03
La necesidad de descubrimiento	/04
Nuevas experiencias	/04
Definición dentro de deportes de montaña	/05
Diferencias entre senderismo y trekking	/06
Como se practica trekking	/07
Quiénes pueden hacer trekking	/08
El hombre y su relación con la naturaleza	/09
Beneficios para la salud física y mental	/10
Descubrimiento de flora y fauna	/11
Ecología, cuidado del medio ambiente y pautas	/12

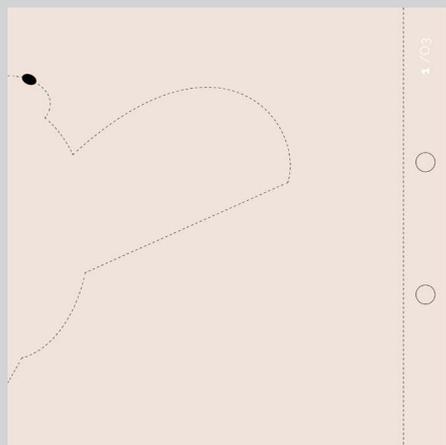
/ ¿DONDE VAMOS?:

01 / Cerro Chacabuco	/13
02 / Inya - San Isidro	/15
03 / Cerro El Chaitén	/17
04 / Volcán Larrín	/19
05 / Nevado de Chaiti	/21
06 / Cerro Aconcagua	/23

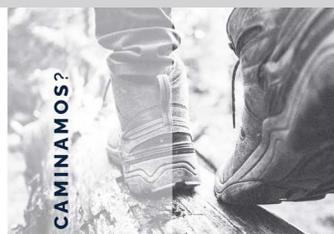
1 / 02



abeja



1 / 03



/ ¿POR QUÉ CAMINAMOS?

Según la ciencia hace seis millones de años, nuestros antepasados ya disfrutaban de una de las fuentes de identidad más importantes del ser humano: la capacidad para caminar erguidos. Esto nos permitió utilizar las manos, y cargar con comida, utilizar herramientas y armas, y pertenecer a grandes animales. Se cree que este aprendizaje, y la posibilidad de usar las manos desempeñaron un papel fundamental en el desarrollo del cerebro humano. Paseo que caminar fue fundamental para el desarrollo de la conciencia humana, y entonces por sobre todo, a lo que la humanidad ha creado. Podemos decir que de alguna manera, caminar le dio forma al mundo moderno.

1 / 04

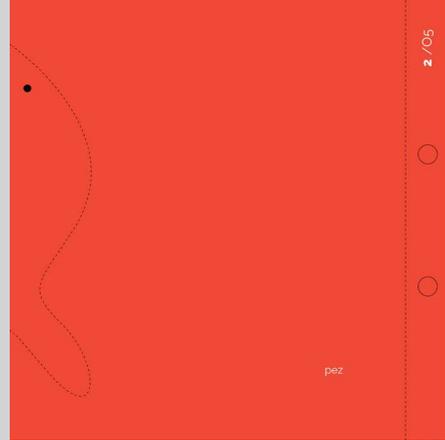
/ La necesidad de descubrimiento

Además de ser nuestro principal modo de desplazarnos, caminar puede ser una oportunidad para reunirse con amigos, o conocer gente, o para pasear. Caminar para hacer una pausa, para respirar aire fresco, para realizar ejercicios y mejorar la salud, incluso como deporte. Caminar puede lograr que nos sintamos más conectados con nuestro entorno, además de ser un modo íntimo de explorar nuevos lugares. Algunos caminan para escalar montañas o participar en largas caminatas, atraídos tal vez por un deseo instintivo, una vuelta a los tiempos de la vida nómada.

/ Nuevas experiencias

Es un modo de sumergirnos en lo que observamos, de experimentar paisajes, ríos, montañas, bosques y playas. Puede ser un medio de acceso a otros paisajes e intereses, como la fotografía, la observación de las aves, la flora, la fauna de los lugares, o como práctica espiritual o incluso religiosa.

Caminar es una actividad muy valorada por los filósofos, los poetas, los artistas como espacio para la creatividad y la reflexión.



2 / 05

/ TREKKING COMO ESTILO DE VIDA

1 TREKKING

El trekking o excursionismo es una actividad física que consiste en caminar por escenarios naturales, como montañas, bosques, ríos, cañones o rios. Consiste en recorrer de forma autónoma, a pie, paisajes aislados con dificultades que pueden ir variando de acuerdo a la experiencia y gustos de quien lo practica. El trekking tiene una especie de reglas que deben cumplirse para un completo desarrollo del deporte: la seguridad, ante todo, el respeto al medio ambiente, la realización de un plan previo, el uso de elementos de orientación y la no utilización de ningún vehículo.

2 SENDERISMO

Es una actividad deportiva que se realiza sobre senderos bien marcados, principalmente en parques naturales o reservas. Además de hacer ejercicio, sirve para conocer el patrimonio local y aprender a respetar el medio ambiente. El requisito que necesita un camino para considerarse apto para hacer senderismo es ser transitado todo el año, tener interés paisajístico, no tener grandes desniveles, ser accesible para la gran mayoría de la población y estar señalizado correctamente.

Definición dentro de deportes de montaña

Los deportes de montaña son aquellas actividades que se practican en un medio con espesores características climáticas y físicas como es la montaña. Estas actividades se pueden practicar a modo de competición a nivel profesional o como una actividad de recreación y desconexión con la rutina. Los deportes de montaña, son cada vez más populares. Miles de personas de cualquier edad en todo el mundo practican al menos una de las actividades. Vamos a detallar los dos que se leman a veces equivocadamente como idénticos, cuando no lo son, que son: Senderismo y Trekking.

pez

/ Diferencias entre senderismo y trekking

Suele confundirse el senderismo con el trekking. El primero lleva ese nombre porque se practica en senderos delimitados, mientras que el trekking consiste en recorrer lugares que no están demarcados. Otra de las diferencias la modalidad del trekking requiere un mayor esfuerzo físico, ya que mientras el recorrido realizado en senderismo suele tener un grado de dificultad más bajo, debido a que sus rutas discurren por senderos, vías y caminos señalizados, en el trekking los recorridos se realizan a través de paisajes aislados y sin ninguna ayuda de señales o caminos, lo que representa un mayor contacto con la naturaleza.

El senderismo suele estar considerado como una actividad más relajante, mientras que el trekking se asocia con una mayor demanda física. Además de esta diferencia, el trekking se suele combinar con otras actividades naturales, como el camping. El senderismo y el trekking no solo sirven para mantener una buena forma física, sino también mental al conectarnos con la naturaleza. Estas actividades pueden durar unas horas o incluso días. Es importante que se conozcan los beneficios que estas actividades pueden traer para aquellas personas que quieren un estilo de vida más saludable y mayor contacto con la naturaleza.

2 / 06



pez

/ Como se practica trekking

La mayoría de los senderos de trekking se practica a través de senderos, caminos y vías. Por lo tanto, los senderos pueden estar señalizados. La dificultad más importante no es la ubicación de la senda sino el esfuerzo humano que se requiere para llegar hasta el final del camino. En Trekking hay 4 grados de dificultad: todos se recorren programando señalización o bien a qué nivel corresponden.

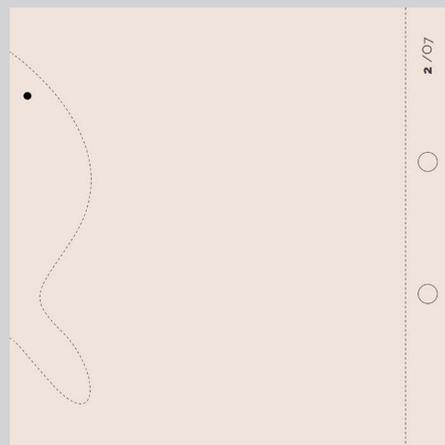
n. 1 Son pequeños caminatas sin partes empinadas o grandes pendientes. Las sendas están bien definidas y el final del camino suele ser un mirador. No se necesita experiencia para hacer este paseo. Son caminatas cortas y fáciles en buenos senderos y a una altitud baja, con una infraestructura apropiada para el senderista y buena señalización.

n. 2 Es una aventura un poco más prolongada con algunos desafíos durante el camino. El sendero sigue siendo de dificultad baja, pero puede ser a mayor altura (hasta 5.500 metros sobre el nivel del mar). La ruta posee una infraestructura y señalización adecuada. Las montañas más altas ya se ven de cerca.

n. 3 Es una caminata con un sendero más ambicioso y empinado, a más de 5.500 mnm. La ruta se ve en algunos tramos descubierta y puede ser difícil seguir el sendero, que por momentos cruza ríos y atraviesa otras dificultades. Se necesita experiencia en montaña y no es recomendable este tipo de senderos sin la compañía de un guía.

n. 4 Es un trekking de gran dificultad, donde a veces se combina con montañismo y escalada en altitudes mayores a 5.000 mnm y sin ninguna infraestructura. El ambiente es de alta montaña, en regiones deshabitadas. Es necesario tener experiencia en alpinismo con soga y un equipo apropiado.

2 / 07



/ Quiénes pueden hacer trekking

El tipo de personas que pueden practicar trekking varía según el nivel de dificultad del recorrido. En un trekking de nivel 1 no se requiere preparación física, aunque el senderista debe poder soportar varias horas de caminata con algunos tramos en subida. No se recomienda principalmente en personas con problemas respiratorios o cardíacos y mujeres embarazadas.

Para el trekking de nivel 2 es necesario cierta preparación física. Al ser un camino prolongado que puede durar varios días, el senderista debe tener resistencia. Para el trekking de nivel 3 y 4 es importante contar con experiencia previa y estar en muy buen estado físico.

Hay que considerar que según la duración de la actividad, se debe llevar un equipo para pasar la noche, alimentarse, tener abrigo y agua. Se debe preparar la mochila, y debe tenerse presente que se cargará el peso durante horas. El equipo debe ser liviano y llevarse lo imprescindible.

EL EQUIPO

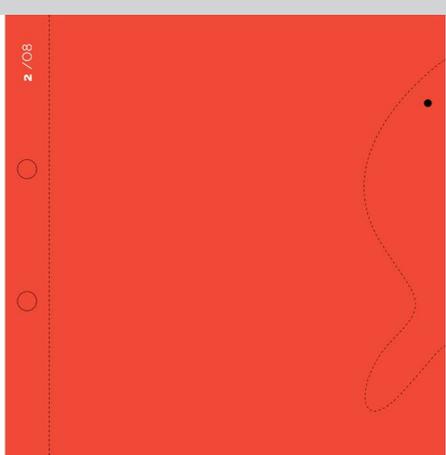
Cuando el trekking es de apenas unas horas en un nivel de dificultad 1, el equipo consiste básicamente en una botella de agua, abrigo (según la época del año) y algún refrigerio. Sin embargo, a medida que se avanza en dificultad, se necesitan más elementos. Una mochila completa de trekking tiene básicamente 10 cosas que no pueden faltar:

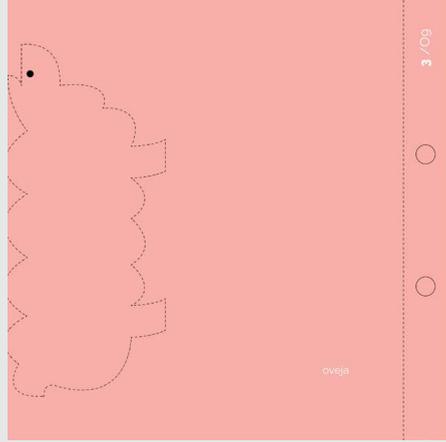
COMIDA Y AGUA para soportar los días que dure la excursión, con un extra por precaución.

- principalmente ROPA CÓMODA
- UN IMPERMEABLE, EY ABRIGO
- LINTERNA o luz
- EQUIPO DE PRIMEROS AUXILIOS
- ELEMENTOS PARA INICIAR UNA FOGATA
- CORTAPLUMA o cuchillo
- ANTEOJOS DE SOL Y FILTRO SOLAR
- BRJULA o GPS
- MAPA ACTUALIZADO DEL CAMINO



2 / 08





3 / 09

oveja



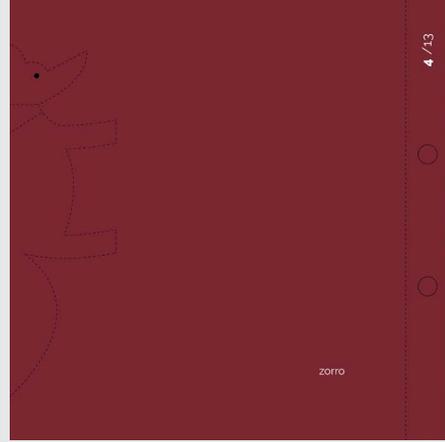
/ TREKKING Y NATURALEZA

/ El hombre y su relación con la naturaleza

La relación del hombre y la naturaleza se ha abordado desde puntos de vista filosóficos, Aristóteles por ejemplo (384-322 a.n) en su obra sus concepciones en cuanto a la relación hombre-naturaleza y ofrece varias definiciones de naturaleza, las inserta en ella, está permitiendo distinguir los entes naturales, como animales, plantas, tierra, fuego, aire, y los entes artificiales como carne o marfil pero también históricos.

El hombre hace su aparición en la tierra hace aproximadamente 250.000 años, evolucionó a través de este tiempo para formar con los demás en el hombre moderno hace aproximadamente 40.000 años.

El hombre sobrevivió, aprendió, se reprodujo y evolucionó, en un íntimo contacto con la naturaleza. Una conciencia inconspicua, permanentemente en cada aspecto de la vida del hombre primitivo, el entorno lo condiciona a aprender a sobrevivir o pelear y con él, la especie humana. Esta era que constituye más del 99% de la historia de la humanidad - está caracterizada por la integración a la naturaleza de los hombres. Hoy en día la realidad es muy diferente.



4 / 13

zorro



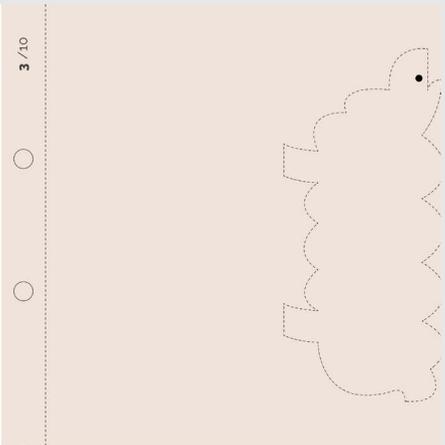
01 / Champaquí



/ Beneficios para la salud física y mental

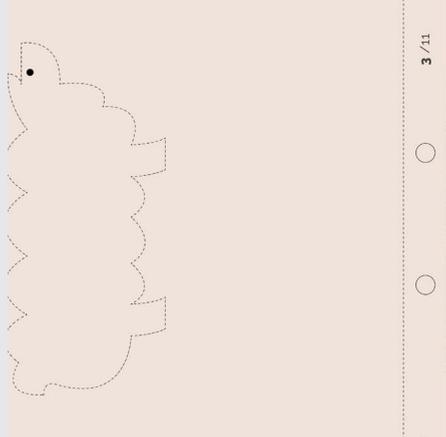
Nuestros cuerpos evolucionaron con el movimiento y resulta evidente que necesitamos movimiento para mantenernos sanos. Hace 5000 años Hipócrates afirmó "Caminar es la mejor medicina para el hombre". A través de estudios científicos se sabe más acerca de los beneficios del ejercicio para nuestra salud y nuestro bienestar. La OMS recomienda que dediquemos 300 minutos por semana a una actividad aeróbica de intensidad moderada, 150 minutos a una actividad vigorosa o una combinación de ambas.

El trekking, como todas las actividades que impliquen caminar, aporta un gran beneficio para el sistema cardiovascular. Ayuda a quemar calorías en mayor grado que el sedentarismo al requerir un esfuerzo físico mayor. Previene y disminuye los dolores musculares y el sobrepeso derivados de una forma de vida sedentaria. Ayuda a mejorar notablemente la salud psíquica. El contacto directo con la naturaleza y la vida al aire libre, así como de la contaminación, el ruido y la polución de las ciudades, incrementa el bienestar y la satisfacción.



3 / 10

oveja



3 / 11

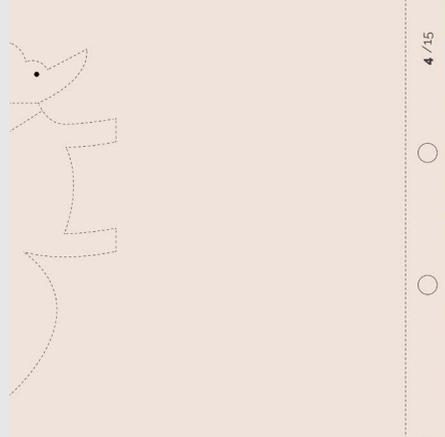


/ Descubrimiento de flora y fauna

Quienes vayan a realizar la práctica del trekking, ya sea en la provincia de Buenos Aires, o en cualquier lugar de Argentina van a tener la oportunidad de visitar lugares donde se está en contacto directo con animales y plantas en su entorno natural, esto quiere decir en libertad y sin domesticar, siempre y cuando existan las condiciones de seguridad y de desplazamiento necesarias para ello. El trekking nos acerca la posibilidad de avistar la flora y fauna de nuestro país, cada propuesta o alternativa turística para la práctica de esta actividad representa una oportunidad única para conocer la fauna y la flora de cada región, conocer sus ríos, su geografía, para visitar paisajes paleontológicos, raras y conocer sobre los pueblos originarios.

También en las propuestas de trekking existe la posibilidad para aquellos que les gusta la fotografía, ya que es un ámbito ideal para sacar las mejores fotos, de disfrutar de momentos únicos donde es posible observar y fotografiar la biodiversidad con la que cuentan estas áreas en particular, destinadas a la investigación de la flora, la fauna, la ecología, medioambiente.

zorro



4 / 15



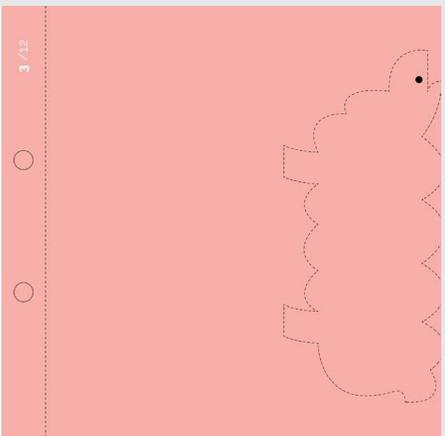
02 / Iruya - San Isidro



ECOLOGÍA, CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE Y PAUTAS

Hacer trekking es una experiencia que te pone en contacto directo con la naturaleza. Allí es ve la debilidad y pequeñez del hombre ante el imponente paisaje. Solo nosotros podemos hacer una mala acción premios como andar. El cuidado del medio ambiente y seguir la filosofía de UYT Quiero No Tracer. No Dejar Rastro, que propone tener una actitud consciente cuando se viaja, entre otras cosas guardando los derechos para empapar en sitios habitables y evitando hacer fuego en zonas propensas a incendios.

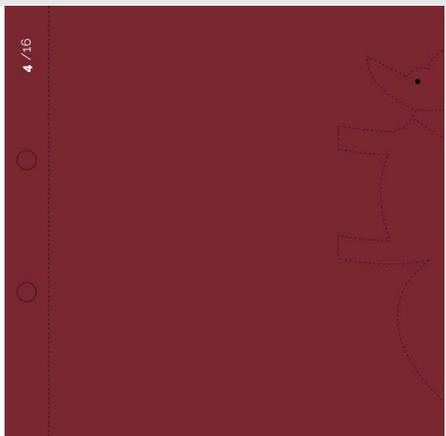
El objetivo principal de las normas es garantizar la seguridad de quienes lo realizan a la vez que se protege el medio ambiente y el patrimonio natural. El trekking en Argentina ofrece numerosas alternativas que pueden hacerse con guías autorizadas o autoguiados. Esto va a depender de la experiencia y capacidad de las personas que vayan a realizarlo. Por lo que no es necesaria experiencia previa para emprender.



3 / 12



4 / 16



Iruya - San Isidro se desarrolla íntegramente en la provincia de Salta cabecera, en donde conformamos el pueblo de Iruya (2700mts) y sus alrededores. Zona rodeada de imponentes montañas de calizas con terrazas de cultivos y senderos que nos llevan a pueblos escondidos en paisajes únicos como: San Juan (2000) o San Isidro (2000 mts).

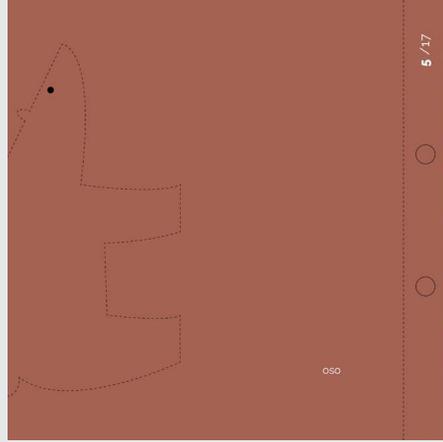
/ LUGAR / DURACIÓN: Iruya - San Isidro (Salta, Argentina) / 4 días

/ DIFICULTAD: Esta es una alternativa de nivel MODERADO, demanda un requerimiento físico medio y presenta un nivel de riesgo bajo ya que combinan actividades moderadas en ambientes agrestes. Son ideales para personas con buen estado físico y muy buena salud.

/ EQUIPO SUGERIDO:

Mochila de 50 lbs, bolsa de dormir, vestimenta, cubiertas y waxes, goma para así, goma para alpinismo, anteojos para así, remeras sintéticas, campera o tuzo polar, capa de lluvia, campera para abrigo, guantes, calza larga, paratón largo, medias, calcado para trekking o running, una muda de ropa para recambio, protector solar, linterna, agua o bebida para el camino, kit de higiene personal, caramelo, chocolate, frutas secas, etc. para las caminatas.

Todo el contenido de la mochila deberá ir estanco (muy bien cerrado en bolsas de nylon para que, en caso de lluvia, no se moje).



03 / El Chaltén

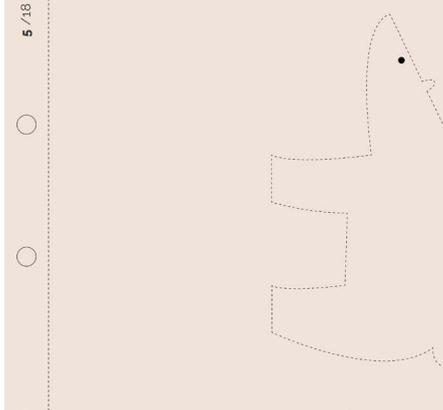
El Chaltén está ubicado en la margen norte del lago Viedma, en la confluencia de los ríos De las Vueltas y Fitz Roy, en el área de Reserva Nacional Zona Mágina del Parque Nacional Los Glaciares, en la provincia de Santa Cruz. Allí se encuentra el **Carro El Chaltén / Monte Fitz Roy (3374 mts)**. Esta localidad ha sido declarada "Capital Nacional del Trekking en Argentina".

LUGAR / DURACIÓN: Parque Nacional Los Glaciares (Santa Cruz, Argentina) / 4 días

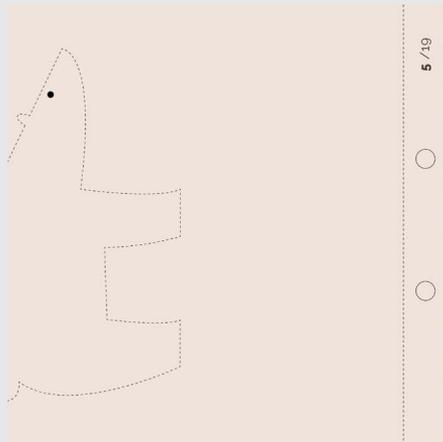
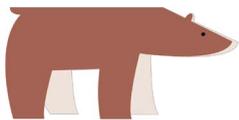
DIFICULTAD: Este trekking tiene un nivel de dificultad **MODERADO**. Demanda un requerimiento físico medio y presenta un nivel de riesgo bajo ya que combina actividades moderadas en ambientes agrestes. Las diferentes actividades se han desarrollado en el categorías según el esfuerzo físico que demandan y el nivel de riesgo que implican - Leves, Moderadas, Exigentes y Muy Exigentes.

EQUIPO SUGERIDO:

Mochila de 30 lbs, goma para sol, gorro polar, anteojos para sol, remeras sintéticas, campones y guantes para sol, paños, campera o parka, cuarteros polar, calzas largas, pantalón largo, medias de abrigo, calzado de trekking, una muda de ropa de abrigo, protector solar, crema, cosméticos o botella de 1 litro, kit de higiene personal (papel higiénico, pañuelos desechables, cepillo y pasta de dientes, toallas húmedas), caramelos, chocolates, frutas secas, etc. para las caminatas.



5 / 18



04 / Volcán Lanín

El Volcán Lanín es un estratovolcán considerado activo, ubicado en el sur de Argentina y Chile. El área central del Parque Nacional Lanín permite el acceso a las distintas rutas de ascenso al **Volcán Lanín (3776 mts)** cuyo cono cubierto permanentemente de nieve predomina en el paisaje de la zona. Este volcán se encuentra incluido en el Cinturón de Fuego del Pacífico.

LUGAR / DURACIÓN: Parque Nacional Lanín (Neuquén, Argentina) / 3 días

DIFICULTAD: El ascenso al Volcán Lanín no presenta dificultades técnicas en roca ni en nieve. Tiene un nivel de dificultad **EXIGENTE**. Demanda un requerimiento físico grande y un nivel de riesgo medio ya que combina actividades exigentes en regiones remotas (sin infraestructura para la atención médica) a grandes altitudes. Es un nivel para personas con buen estado físico.

EQUIPO SUGERIDO:

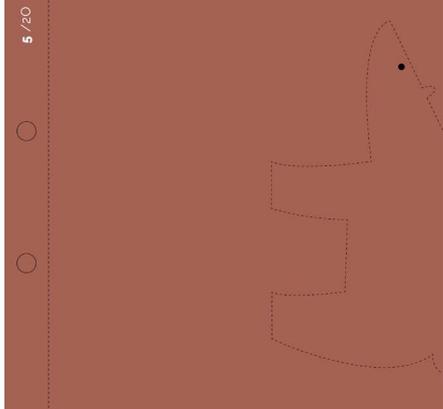
Mochila de 50 lbs, bolsa de dormir, vajilla plástica, calentador y sopleador, goma para sol, gorro para abrigo, anteojos para sol, remeras sintéticas, campones o trazo polar, capa de lluvia, campera para abrigo, guantes, calza larga, pantalón largo, medias, calzado para trekking o running, una muda de ropa para recambio, protector solar, crema, cosméticos, cepillo y pasta de dientes, toallas húmedas, caramelos, chocolates, frutas secas, etc. para las caminatas.

EQUIPO EXPEDICIÓN:

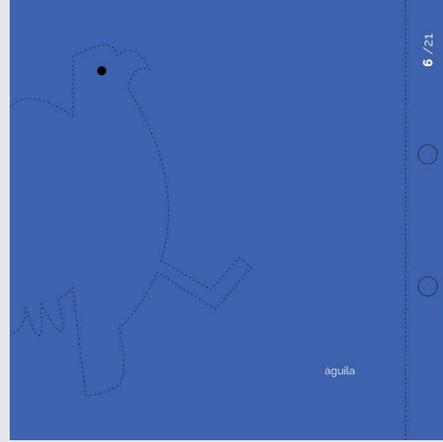
Bolsa resistente para el transporte de carga en mulas, bolsa de dormir - 20", mochila de 70 lbs, colchoneta o asfalto, vajilla personal (plato hondo, jero, tenedor y cuchara), linterna frontal con baterías de repuesto, termo de frío, sistema de hidratación, crema pantalla solar, kit de higiene personal (papel higiénico, pañuelos desechables, cepillo y pasta de dientes, toallas húmedas).

EQUIPO TÉCNICO:

Bastones telescópicos, pioleta y crampones.



5 / 20



05 / Nevado de Chañi

El cerro Chañi o más conocido como **Nevado de Chañi (5896 mts)** una estructura montañosa formada por ocho cumbres. El recorrido se realiza por la ruta norte, partiendo desde la localidad de Luján, se traza por la quebrada del río homónimo, en un ambiente de alta montaña. Ofrece los mejores y más variados paisajes del Noroeste Argentino.

LUGAR / DURACIÓN: Nevado de Chañi (Luján, Argentina) / 8 días

DIFICULTAD: El ascenso al Volcán Lanín no presenta dificultades técnicas en roca ni en nieve. Tiene un nivel de dificultad **EXIGENTE**. Demanda un requerimiento físico grande y un nivel de riesgo medio ya que combina actividades exigentes en regiones remotas (sin infraestructura para la atención médica) a grandes altitudes.

EQUIPO E INDMENTARIA:

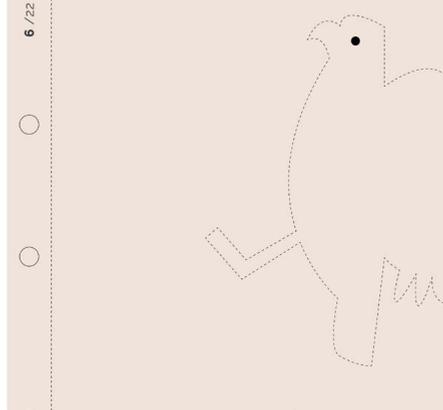
Cabeza: gorro de sol, gorro de abrigo, pasamontañas fino, anteojos de sol con filtro UV y protectores laterales, gafas de anteojos.
Tórax: camiseta interior sintética, buzo sintético, campera de polar, campera o chaleco de duvet, campera impermeable.
Manos: guantes interiores finos, guantes de polar, cubre guantes impermeables.
Pies: medias finas sintéticas, medias gruesas de abrigo, botas o zapatillas de trekking, botas de nieve, poleinas.

EQUIPO EXPEDICIÓN:

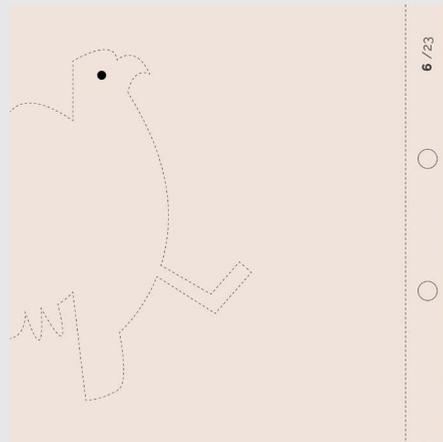
Bolsa resistente para el transporte de carga en mulas, bolsa de dormir - 20", mochila de 70 lbs, colchoneta o asfalto, vajilla personal (plato hondo, jero, tenedor y cuchara), linterna frontal con baterías de repuesto, termo de frío, sistema de hidratación, crema pantalla solar, kit de higiene personal (papel higiénico, pañuelos desechables, cepillo y pasta de dientes, toallas húmedas).

EQUIPO TÉCNICO:

Bastones telescópicos, pioleta y crampones.



6 / 22



06 / Aconcagua

El Parque Provincial Aconcagua se sitúa aproximadamente a 180 km al Oeste de la ciudad de Mendoza, en el noroeste del territorio argentino. El ascenso al **Cerro Aconcagua (6962 mts)** por la Ruta Normal no es técnico, pero requiere una excelente condición física y un equipo adecuado para las bajas temperaturas que caracterizan al techo de América.

LUGAR / DURACIÓN: Parque Provincial Aconcagua (Mendoza, Argentina) / 18 días

DIFICULTAD: El ascenso al Cerro Aconcagua por la Ruta Normal no presenta dificultades técnicas en roca ni en hielo. Su nivel de dificultad **MUY EXIGENTE**. Demanda un requerimiento físico grande y un nivel de riesgo alto ya que combina actividades exigentes, en regiones remotas (poco infraestructura para la atención médica) a grandes altitudes.

EQUIPO E INDMENTARIA:

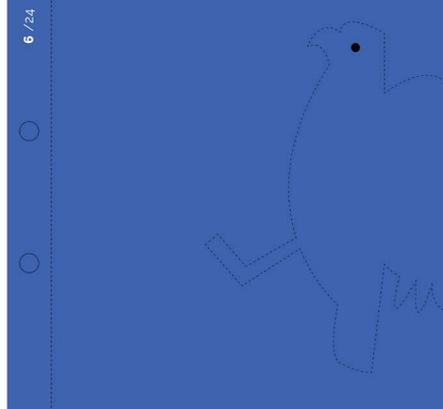
Cabeza: gorro de sol, gorro de abrigo, pasamontañas fino, anteojos de sol con filtro UV y protectores laterales, gafas de anteojos.
Tórax: camiseta interior sintética, buzo sintético, campera de polar, campera o chaleco de duvet, campera impermeable.
Manos: guantes interiores finos, guantes de polar, cubre guantes impermeables.
Pies: medias finas sintéticas, medias gruesas de abrigo, botas o zapatillas de trekking, botas de nieve, poleinas.

EQUIPO EXPEDICIÓN:

Bolsa resistente para el transporte de carga en mulas, bolsa de dormir - 20", mochila de 70 lbs, colchoneta o asfalto, vajilla personal (plato hondo, jero, tenedor y cuchara), linterna frontal con baterías de repuesto, termo de frío, sistema de hidratación, crema pantalla solar, kit de higiene personal (papel higiénico, pañuelos desechables, cepillo y pasta de dientes, toallas húmedas).

EQUIPO TÉCNICO:

Bastones telescópicos, pioleta y crampones.



6 / 24

/ Pieza editorial 3

Libro infantil ilustrado

// razón del libro

Para esta pieza editorial, se optó por hacer un libro de cuentos infantil ilustrado.

La historia trata sobre Lucia, una chica que vive en una gran ciudad, junto con su gran amigo y compañero, su gato Eduardo. Viven juntos en un departamento del centro.

Lucia, luego de tener un sueño hermoso, despierta y se da cuenta de que en realidad no está siendo muy feliz con su vida. Ella está triste por el hecho de que es cada vez más difícil vivir la vida en ciudad ya que trabaja demasiado y vive rodeada de tráfico, humo y edificios. Por otro lado, las personas siempre están apuradas, estresadas y cada vez se comunican menos entre sí. Ella misma ya casi no tiene tiempo de jugar o de compartir tiempo con Eduardo, como solía hacerlo antes. Necesitan respirar aire puro, compartir tiempo juntos y disfrutar de la naturaleza. Eduardo, que es un gato muy inteligente, divertido y valiente y que quiere mucho a Lucia, le propone emprender una aventura, ir en búsqueda de la flor Planika que crece en las montañas.

El libro está basado en mis experiencias personales ya que desde muy chica disfrute de las caminatas en las montañas con el contacto con la naturaleza, aire puro y calidad de vida.

. lenguaje gráfico .

. **un estilo de imagen simple**, formas geometrizadas pero simples, **geometrización de la naturaleza** que de la misma simplicidad y aparecen **formas mas orgánicas**.

. las dobles **páginas dosificadas, se busca equilibrio y jerarquía, entre colores, formas y texturas**.

. se busca **ritmo con tamaños y colores** entre las doble paginas para **unificar el libro** y además integración de texto - imagen, unificando el punto de vista del lector.

. **lo que no se dice se muestra** . lo escrito nos lleva a mirar y cuando miramos “esto” nos aporta mas información.

. se presentan **formas figurativas** que conviven con **formas no figurativas**.

. guión .

tiene el segundo personaje - el gato que habla y camina y aparece en todas las dobles páginas (siempre haciendo algo que les interesa a los chicos para que presten atención), eso lo hace especial al libro. Mas alla del guión central hay otro pequeño guión - el pelo de Lucia que se complementa con Eduardo, las formas de naturaleza.

. **pelo de Lucia** . tiene forma fantásica que **convive con real de lo verbal a lo visual**.



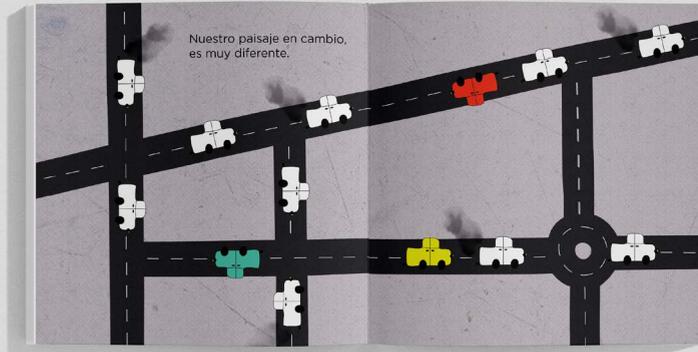
Hace un tiempo aparecen en mis sueños sensaciones agradables,



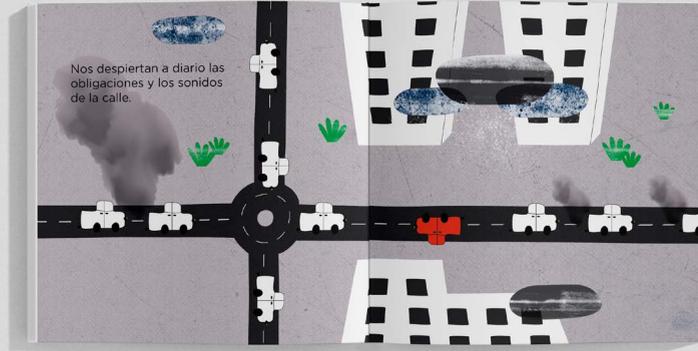
que vienen del silencio, la tranquilidad y el aire puro de la montaña.



Nuestro paisaje en cambio, es muy diferente.



Nos despiertan a diario las obligaciones y los sonidos de la calle.



Los dos sabemos que nos hace falta algo.



Por eso me puso muy feliz que me propongas esta aventura.



Compartir tiempo juntos y disfrutar de la naturaleza.



Habrà momentos para la reflexión



y de conocer nuevas amistades.



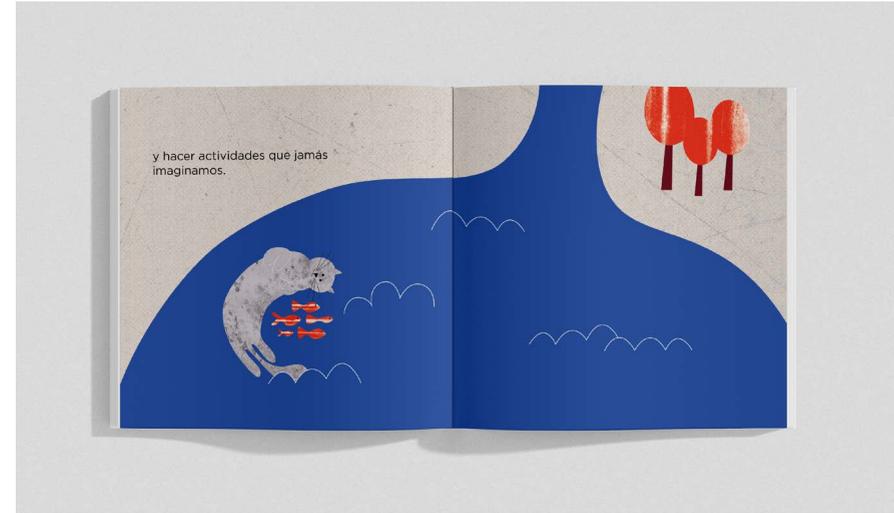
Pero el plan será siempre pensar juntos nuestro camino,



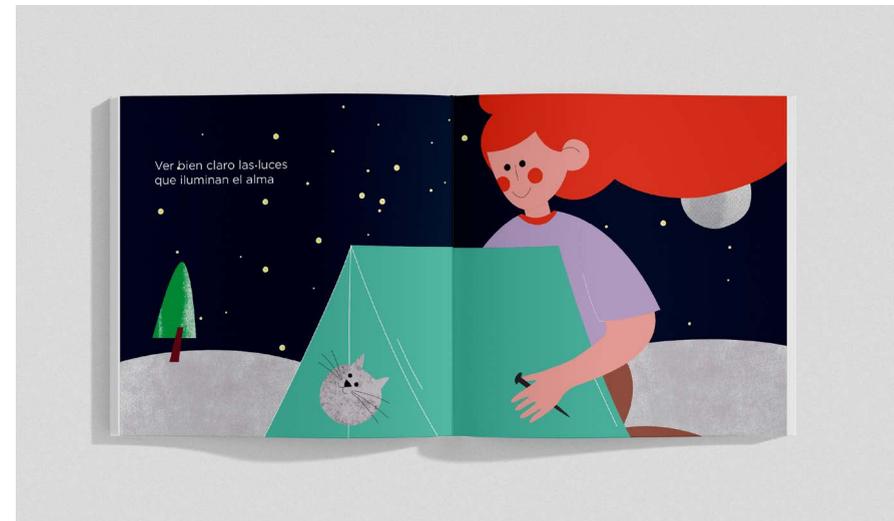
experimentar que hay otras formas de vida



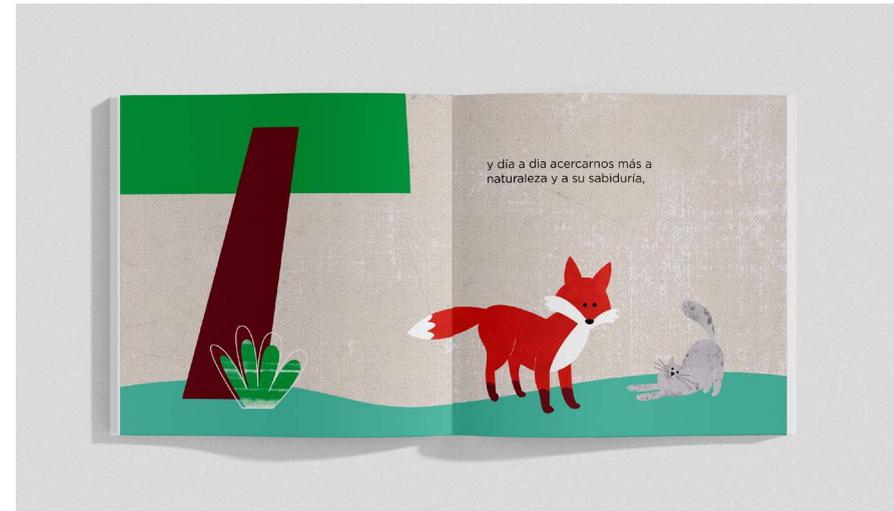
y hacer actividades que jamás imaginamos.



Ver bien claro las luces que iluminan el alma



y día a día acercarnos más a naturaleza y a su sabiduría,



sin olvidarnos que es necesario cuidarla y tratarla con respeto.



sin olvidar que es necesario cuidarla y tratarla con respeto.

El camino nos ofrecerá refugio para recobrar fuerzas



El camino nos ofrecerá refugio para recobrar fuerzas

y el premio será mucho más valioso que la belleza.



y el premio será mucho más valioso que la belleza.

Al encontrarla, algo habrá cambiado para siempre.



Al encontrarla, algo habrá cambiado para siempre.



Nací en Kiara, Elobovén, un hermoso y pequeño país del Centro Central, rodeado de montañas, ríos y bosques. Ahí la naturaleza se vive y se disfruta desde muy pequeño y como parte de nuestra identidad. Desde niña busqué caminar con mi mamá al bosque y a la montaña.

A los 26 años, por lo impredecible y hermoso de la vida, me mudé a Buenos Aires. Esto significó un gran cambio para mi estilo de vida. Muy rápido pasé de vivir rodeada de naturaleza a la vida en una gran ciudad.

La vida en las grandes ciudades puede ofrecernos al momento alguna afirmación que nos recuerde a qué cambio hacia una vida con menos estrés, menos sedentaria y más más naturalista.

El libro está pensado para los más chicos, pero que pueda ser compartido en familia por aquellos que creen que lograr una mejor calidad de vida para los niños y para

si mismo es muy importante. Por eso es que creo que la práctica del trekking es crucial en mejorar la forma en que se vive particularmente en las grandes ciudades.

Este libro se trata sobre una aventura. Lucía es una joven que junto con su divertido gato Eduardo recorren la vida en Buenos Aires. Les hace falta algo a su vida y emprenden el camino en su búsqueda.

La Flor Plantada crece en la montaña. Es la flor emblemática de las alturas, símbolo del montañismo y del trekking, entre muchas otras características positivas, asociadas a la naturaleza y la bondad. Se la asocia con la felicidad, el amor, la amistad, etc. En su búsqueda significa reencontrarnos con esportividad, calma pero muy importantes, como caminar en la naturaleza.

Plantar es una flor difícil de alcanzar pero no por eso hay que dejar de intentar.

/ Conclusión

El problema planteado es la forma de vida en las grandes ciudades y lo que esto ocasiona en la salud y el bienestar de quienes viven allí. Mi investigación está centrada en un marco teórico que se divide en un marco teórico gral, con un acercamiento sobre lo que significa caminar para el ser humano y el contacto con la naturaleza, con un abordaje desde la filosofía. Y desde un punto de vista teórico más específico, las herramientas relacionadas con el diseño gráfico y la comunicación visual.

Como conclusión, el hombre ha estado siempre en contacto con la naturaleza, es parte constitutiva de él, lo mismo que la acción de caminar. El cuerpo humano evoluciono para poder caminar erguidos. También se profundizo en los beneficios que tienen caminar y el contacto con la naturaleza en el ser humano.

Respecto del marco teórico específico, se buscó incorporar los aportes del diseño gráfico y la comunicación visual para el logro de los objetivos planteados en el proyecto, los cuales considero han sido alcanzados, y finalmente se han plasmado en la realización de 3 piezas editoriales.

Luego de la investigación y análisis de los datos tanto cuantitativos, como cualitativos aportados, se concluye no solo que el problema existe, sino que se ha profundizado. El sedentarismo, la falta de contacto con la naturaleza, el estrés, etc se han agravado en los últimos años por el crecimiento de las grandes ciudades. De hecho, durante de la pandemia, ha crecido la demanda de actividades al aire libre y particularmente el trekking.

Concluimos entonces que “Planika, trekking, como estilo de vida”, es una alternativa que esta en un excelente momento para ser llevada a la práctica y que puede ser muy valorada por el público objetivo.

/ Bibliografía

<https://www.efdeportes.com/efd172/la-relacion-del-hombre-con-la-naturaleza.htm>

<http://recursos.cnice.mec.es/filosofia/pdf/medio.pdf>

https://elpais.com/elpais/2015/01/11/ciencia/1420993000_342108.html

https://www.abc.es/ciencia/abci-vivir-gran-ciudad-produce-201106220000_noticia.html

<https://www.osinsa.org/2018/09/18/vida-sedentaria-la-mitad-de-los-portenos-no-hace-actividad-fisica-y-buscan-revertirlo/>

<https://magicospirineos.com/la-leyenda-edelweiss>

https://www.abc.es/bienestar/psicologia-sexo/psicologia/abci-trastorno-deficit-naturaleza-echas-menos-campo-aunque-no-guste-202003030424_noticia.html

<https://descubreargentina.intriper.com/5-circuitos-increibles-en-argentina-para-los-amantes-del-trekking/>

<https://www.pisos.com/aldia/la-flor-de-las-nieves-o-edelweiss/85702/>

<https://www.consumer.es/salud/la-salud-mental-en-las-ciudades.html>

<https://www.arquine.com/disenio-ludico/>

<http://www.scielo.org.ar/pdf/ccedce/n38/n38a03.pdf>

<https://artecasellas.es/como-provocar-con-el-disenio-emocional-un-vinculo-con-el-objeto-que-va-mas-alla-de-su-utilidad/#:~:text=El%20dise%C3%B1o%20emocional%20es%20aqueI,una%20experiencia%20de%20uso%20m%C3%A1s>

https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/cuadernos/detalle_articulo.php?id_libro=663&id_articulo=13897

http://ftp.unipamplona.edu.co/kmconocimiento/Congresos/archivos_de_apoyo/Dise_o_de_Experiencias.pdf

<https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-27055-240648/texto>

<https://www.patagoniaandina.com/santa-cruz/trekking-el-chalten/>

<https://www.grupobonacorsi.com.ar/trekking-caminar-para-disfrutar-la-naturaleza/>

<https://www.buenosaires.tur.ar/nota/4-senderos-fantasticos-en-tornquist>

<https://www.fundacionlafuente.cl/bruno-munari-del-arroz-verde-a-los-libros-infantiles/>

https://es.wikipedia.org/wiki/Bruno_Munari

<https://fueraemargen.tumblr.com/post/156122078119/tras-la-huella-de-munari>

