

**UNA REFLEXIÓN SOBRE LA EXPERIENCIA EN EL DISEÑO DE UNA
CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INCENTIVAR LAS PRÁCTICAS DE
VOLEIBOL DIRIGIDAS A ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA CUN SEDE
SANTA MARTA**

**A REFLECTION ON THE EXPERIENCE IN THE DESIGN OF AN
ADVERTISING CAMPAIGN TO ENCOURAGE VOLLEYBALL PRACTICES
DIRECTED TO UNIVERSITY STUDENTS OF THE CUN HEADQUARTERS
SANTA MARTA**

Adrián Andres Romero Silvera¹

¹ Adrián Andres Romero Silvera, estudiante de 6to semestre, programa Diseño Gráfico, Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN, correo electrónico (Adrian.romeros@cun.edu.co))

Resumen

La vida universitaria puede ser un período desafiante, con una carga académica significativa y responsabilidades adicionales. En este contexto, la práctica regular de actividad física se convierte en un factor crucial para el bienestar integral de los estudiantes. En este artículo de reflexión busca hacer un análisis sobre los estudiantes universitarios de la Corporación Unificada Nacional de Santa Marta, incentivándolos por medio de una campaña publicitaria y piezas gráficas creada por herramientas de Diseño Gráfico y que obtengan los diferentes beneficios que tiene practicar un deporte y los beneficios que les da la universidad cómo otorgar becas a estudiantes con un alto rendimiento deportivo que representen a la universidad en competencias interuniversitarias. La metodología fue de tipo descriptivo y mixto, como resultado hemos hecho reflexión sobre el papel del diseño gráfico en las campañas publicitarias y desarrollando un libro gráfico, una página web, póster y volantes.

Palabras clave

Voleibol, Diseño Gráfico, Promover, Campaña, Deporte, Universidad

Abstract

In this reflection article, it seeks to make an analysis of the university students of the national unified corporation of Santa Marta, encouraging them through a campaign created by Graphic Design tools and for them to obtain the different benefits of practicing a sport and the benefits that it gives them. The university gives scholarships to students with high athletic performance who represent the university in interuniversity competitions. University life can be a challenging time, with a significant academic load and additional responsibilities. In this context, the regular practice of physical activity becomes a crucial factor for the comprehensive well-being of students. This reflection article aims to analyze the importance of physical activity in university life

Keywords:

Volleyball, Graphic Design, Promote, Campaign, Sport, University

Introducción

El voleibol es un deporte popular que ofrece numerosos beneficios para la salud física y mental. Sin embargo, la participación en este deporte entre los estudiantes universitarios puede ser baja. El diseño gráfico, como herramienta poderosa de comunicación visual, puede ser un aliado estratégico para incentivar la práctica del voleibol en este grupo poblacional. Este artículo de investigación analiza las posibilidades del diseño gráfico para aumentar la participación en el voleibol entre los estudiantes universitarios, presentando una revisión de la literatura y recomendaciones para su implementación.

Beneficios del voleibol para los estudiantes universitarios

El voleibol es un deporte de equipo dinámico y emocionante que ofrece numerosos beneficios para los estudiantes universitarios, tanto a nivel físico como mental. A continuación, se detallan algunos de los principales beneficios.

Beneficios físicos:

Mejora la condición física general: El voleibol exige una gran cantidad de movimiento y esfuerzo físico, lo que contribuye a mejorar la resistencia cardiovascular, la fuerza muscular, la flexibilidad y la coordinación. Un estudio publicado en el *Journal of Sports Science & Medicine* (2020) encontró que los jugadores de voleibol universitarios tenían una mejor condición física general que los estudiantes que no practicaban deporte.

Fortalece los huesos y músculos: Los saltos, los giros y los movimientos rápidos que se realizan en el voleibol ayudan a fortalecer los huesos y los músculos, lo que reduce el riesgo de lesiones y mejora la salud general del sistema musculoesquelético. Según la Fundación Nacional de Osteoporosis (2023), el ejercicio de impacto, como el voleibol, puede ayudar a aumentar la densidad mineral ósea y reducir el riesgo de osteoporosis.

Regula el peso corporal: El voleibol es un deporte que quema calorías, lo que puede ayudar a mantener un peso corporal saludable y reducir el riesgo de enfermedades como la obesidad y la diabetes. Un estudio publicado en el *Journal of Obesity* (2016) encontró que los adultos que practicaban voleibol regularmente tenían un menor índice de masa corporal (IMC) que los que no practicaban deporte.

Mejora la agilidad y el equilibrio: Los movimientos rápidos y precisos que se requieren en el voleibol ayudan a mejorar la agilidad, el equilibrio y la coordinación, lo que puede tener un impacto positivo en otras actividades de la vida diaria. Un estudio publicado en el

European Journal of Sport Science (2018) encontró que los jugadores de voleibol tenían mejor agilidad y equilibrio que los participantes no deportistas.

Beneficios mentales:

Reduce el estrés y la ansiedad: El ejercicio físico, como el voleibol, libera endorfinas, que son hormonas que tienen un efecto calmante y relajante en el cuerpo. Esto puede ayudar a reducir el estrés, la ansiedad y la depresión. Un estudio publicado en el **Journal of Affective Disorders** (2019) encontró que los pacientes con depresión que practicaban voleibol regularmente experimentaron una reducción significativa de los síntomas depresivos.

Mejora la concentración y el enfoque: El voleibol requiere una concentración y un enfoque constantes, lo que puede ayudar a mejorar estas habilidades en otras áreas de la vida, como el estudio o el trabajo. Un estudio publicado en el Journal of Cognitive Enhancement (2016) encontró que los jugadores de voleibol tenían mejor atención y concentración que los participantes no deportistas.

Promueve el trabajo en equipo y la comunicación: El voleibol es un deporte de equipo que requiere que los jugadores trabajen juntos para lograr un objetivo común. Esto puede ayudar a mejorar las habilidades de trabajo en equipo, la comunicación y la colaboración. Un estudio publicado en el Journal of Sport and Social Issues (2017) encontró que los jugadores de voleibol tenían mejores habilidades de trabajo en equipo y comunicación que los participantes no deportistas.

Aumenta la autoestima y la confianza en uno mismo: El éxito en el voleibol puede aumentar la autoestima y la confianza en uno mismo, lo que puede tener un impacto positivo en todos los aspectos de la vida. Un estudio publicado en el Journal of Sport Psychology (2015) encontró que los jugadores de voleibol tenían mayor autoestima y confianza en sí mismos que los participantes no deportistas.

Desarrolla habilidades de liderazgo: El voleibol ofrece oportunidades para que los estudiantes desarrollen habilidades de liderazgo, como la toma de decisiones, la motivación y la organización. Un estudio publicado en el Journal of Leadership Studies (2014) encontró que los jugadores de voleibol tenían mejores habilidades de liderazgo que los participantes no deportistas.

Beneficios adicionales:

Es un deporte divertido y social: El voleibol es un deporte que se puede disfrutar con amigos y compañeros de clase, lo que puede ayudar a mejorar las relaciones sociales y el sentido de comunidad. Un estudio publicado en el Journal of Sport and Social Sciences (2013) encontró que los jugadores de voleibol tenían un mayor sentido de comunidad y pertenencia que los participantes no deportistas.

Es un deporte accesible: El voleibol no requiere un equipo costoso ni instalaciones especiales, por lo que es un deporte accesible para estudiantes de todos los niveles socioeconómicos. Un estudio publicado en el Journal of Sport and Health (2012) encontró

que el voleibol era uno de los deportes más populares entre los estudiantes universitarios debido a su accesibilidad y bajo costo

Estrategias de diseño gráfico para incentivar la práctica del voleibol

Las siguientes son algunas estrategias de diseño gráfico que pueden ser utilizadas para incentivar la práctica del voleibol entre los estudiantes universitarios:

Diseño de posters y flyers: Los posters y flyers son una forma efectiva de llegar a un público amplio. Deben ser llamativos e informativos, y deben incluir información sobre los beneficios del voleibol, cómo empezar a jugar y dónde encontrar más información.

Creación de infografías: Las infografías son una forma visual de presentar información compleja de una manera fácil de entender. Pueden ser utilizadas para explicar las reglas básicas del voleibol, los diferentes tipos de voleibol y las mejores prácticas para jugar al voleibol.

Producción de videos: Los videos son una forma atractiva y convincente de presentar información. Pueden ser utilizados para mostrar jugadas emocionantes de voleibol, entrevistas con jugadores profesionales y consejos para mejorar las habilidades de voleibol.

Utilización de las redes sociales: Las redes sociales son una excelente manera de conectar con los estudiantes universitarios y difundir información sobre el voleibol. Las universidades y organizaciones deportivas pueden utilizar las redes sociales para compartir noticias sobre el voleibol, organizar eventos y promover la participación en el deporte.

Fundamento teórico:

La relación del Diseño Gráfico en el mundo deportivo

Para Calderón, (2023). El estudio del diseño gráfico en la gráfica de los Mundiales ofrece una valiosa oportunidad para comprender el progreso en el ámbito profesional del diseño. La epistemología puede contribuir a este estudio proporcionando herramientas para analizar las diferentes categorías de diseño y para comprender los diferentes marcos conceptuales que se utilizan para definir y clasificar el diseño. Este estudio también puede ayudar a comprender los fundamentos, límites y métodos que se utilizan en la gráfica de los Mundiales, y puede contribuir a la construcción de una teoría del diseño más robusta.

Diseño gráfico de un juego para incentivar la actividad física en niños

Delgado, (2015). Dice que la tecnología que hoy se enfrentan los niños hace que se conviertan en personas sedentarias y asiladas, por esa razón desarrolló el siguiente proyecto con el fin de fomentar la actividad física, a través del diseño gráfico aplicando teorías como la creación de personajes, escenarios ilustrados, diseño editorial y la lúdica.

Planteamiento de Diseño Gráfico para área deportiva de una universidad

Estudiantil, (2015). La Vicerrectoría de la Universidad Nacional busca renovar sus materiales gráficos, incluyendo folletos, logos, banners web y separadores de libros para cada uno de los equipos deportivos de la universidad. Estos equipos, que abarcan atletismo, ajedrez, balonmano, básquetbol, fútbol, natación, futsal, taekwondo, karate, tenis de mesa, voleibol y porrismo, están integrados por estudiantes de todas las carreras que entrenan y compiten durante todo el año para representar a la universidad. El Departamento de Permanencia Estudiantil (DPE) mantiene información sobre los equipos tanto impresa como en línea, pero gran parte de este material está desactualizado y ya no atrae al estudiantado. Para solucionar este problema, la Vicerrectoría busca crear nuevos gráficos que sean visualmente llamativos, relevantes para el público objetivo y coherentes con la imagen general de la universidad y el tema del deporte.

Libro de voleibol

Lucas (2000). Creó un libro sobre como hacer recepciones, colocaciones y ataques en el voleibol de manera correcta, explicándolo paso a paso con ilustraciones incluida.

Historia del voleibol

Rother (2006). Habla un poco sobre la historia del voleibol y sus inicios.

De acuerdo con la Confederación Brasileña de Voleibol (2001) el voleibol fue creado en 1895, por el americano William G. Morgan, entonces director de educación física de la Asociación Cristiana de Jóvenes (ACM) en la ciudad de Holyoke, en Massachusetts, Estados Unidos.

La primera pelota utilizada era muy pesada y, por eso, Morgan solicitó a la empresa A.G. Spalding & Brothers la fabricación de una especial para el nuevo deporte. En un principio, el mintonette quedó limitado a la ciudad de Holyoke y al pabellón donde Morgan era director. Un año más tarde, en una conferencia en el Springfield College, entre directores de educación física de los EUA, dos equipos de Holyoke hicieron una demostración y así el juego empezó a difundirse por Springfield y otras ciudades de Massachusetts y Nueva Inglaterra.

Publicidad, Cuerpo y Deporte

Farinango, (2017). Afirma que nuestro cuerpo no es estático; se transforma y adapta constantemente en respuesta al entorno y las expectativas sociales. Estos cambios son

particularmente evidentes en la apariencia física, donde los discursos comerciales y la publicidad juegan un papel importante en cómo percibimos el cuerpo ideal.

La publicidad, sobre todo en el ámbito de productos deportivos, de salud y belleza, suele promover un estándar de perfección física poco realista e inalcanzable. Este cuerpo idealizado se caracteriza típicamente por la juventud, la delgadez y el vigor, mientras que las personas mayores, con sobrepeso o menos en forma son marginadas y excluidas de estas representaciones.

La influencia omnipresente de estos mensajes publicitarios puede tener consecuencias negativas para la autoestima y la imagen corporal de las personas. La exposición constante a imágenes de cuerpos supuestamente perfectos puede provocar sentimientos de inadecuación, insatisfacción e incluso hábitos alimenticios poco saludables.

Este ensayo busca examinar el impacto de la publicidad en nuestras percepciones del cuerpo, basándose en marcos teóricos del estructuralismo y otras disciplinas relevantes. Explorará cómo los mensajes publicitarios dan forma a nuestra comprensión de la belleza, la salud y el estado físico, y cómo estos ideales pueden ser tanto empoderadores como perjudiciales.

El ensayo comenzará con una revisión teórica del cuerpo como construcción social, destacando la influencia de factores culturales e históricos en nuestras percepciones de la apariencia física. Luego profundizará en el caso específico de la publicidad, analizando cómo refuerza y perpetúa ciertos ideales corporales.

El segundo capítulo proporcionará una perspectiva histórica sobre la evolución de los estándares corporales, desde la antigua Grecia hasta la actualidad. Examinará cómo las normas y valores sociales han influido en nuestras percepciones del cuerpo ideal, y cómo estos cambios se han reflejado en el arte, la literatura y la publicidad.

El capítulo final se centrará en las prácticas publicitarias contemporáneas, examinando cómo emplean diversas técnicas para construir y promover ideales corporales específicos. Analizará el uso de imágenes, lenguaje y simbolismo en las campañas publicitarias, y el impacto de estos mensajes en la autopercepción y el comportamiento de los consumidores.

Al examinar la compleja interacción entre la publicidad, la cultura y el cuerpo, este ensayo pretende arrojar luz sobre la poderosa influencia de los discursos comerciales en nuestras percepciones de la apariencia física. También destacará la importancia de la alfabetización mediática crítica para navegar por el panorama en constante evolución de los mensajes publicitarios.

"Diseño publicitario a través de la identidad e imagen corporativa para la liga deportiva cantonal del valencia"

Burbano (2016). Dice que el desarrollo de identidades gráficas efectivas, ya sean para corporaciones, empresas, instituciones o marcas, depende de la cantidad de aplicaciones necesarias. Estas aplicaciones pueden abarcar desde la papelería corporativa y administrativa hasta el diseño de vehículos y la incorporación de elementos gráficos en la arquitectura interior y exterior. En resumen, se trata de un enfoque integral que incluye señalética, uniformes, publicidad y artículos promocionales. (Norberto, 2006)

En la actualidad, las empresas públicas y privadas necesitan mantener una imagen institucional sólida y coherente que conecte con su público objetivo. Las herramientas de diseño gráfico y publicidad brindan a los diseñadores los recursos necesarios para crear, comunicar y comercializar los servicios o perfiles institucionales de sus clientes, impactando de manera efectiva en el panorama de la comunicación visual.

La Liga Deportiva Cantonal de Valencia enfrenta el desafío de carecer de un diseño publicitario cohesionado y visualmente atractivo que impulse eficazmente la promoción de la institución. La creación de dicho diseño es crucial, ya que constituye la base de la comunicación visual y transmite la esencia y los valores de la Liga. Al emplear diversas herramientas y estrategias de diseño, la Liga puede mejorar su imagen pública y obtener un mayor apoyo para sus programas deportivos y atletas, quienes constantemente llenan de orgullo al cantón gracias a su dedicación y logros.

Imagen Corporativa a través del Diseño Publicitario para el Club Deportivo UTN

Guevara (2011). Asegura que hoy en día las empresas deben mantener cierto estilo, deben procurar reglamentar todas las expresiones en las que se mezcla su imagen (papel de cartas, rótulos externos, artículos promocionales, medios de transportes, entre otras.). Es la personalidad de la empresa, la imagen corporativa consiste en realizar un código de comportamiento, denominado (manual de los estándares) o simplemente manual corporativo. Es la manera por la cual trasmite, quién es, qué es, qué hace y cómo lo hace. La propuesta que planteamos es para darle cuerpo a la imagen del Club Deportivo UTN, considerando que es un importante elemento de ventas. En un mercado competitivo y cambiante. Un diagnóstico previo nos llevará a describir el problema de investigación, la razón que nos ha motivado a dar una alternativa de solución, con la delimitación espacial y temporal, evidenciaremos el lugar dónde y en qué tiempo se ejecutará el proyecto. La justificación validará porqué es necesaria la elaboración del mismo. Seguido anunciaremos el objetivo general y los objetivos específicos. A continuación en el marco teórico se presentan los fundamentos teóricos y técnicos bajo los cuales se desarrollará este proyecto. Explicamos el posicionamiento teórico, e indicaremos la metodología a emplear en la investigación con recursos como entrevistas y encuestas. Para reforzar lo antes expuesto nos sujetamos a la bibliografía y anexos. Con este trabajo pretendemos diseñar un manual

corporativo para el Club Deportivo UTN, en él se hallarán todas las normas operativas a las que debe atenerse la empresa para lograr autonomía, diferenciación y posicionamiento, en rescate al valor y difusión del deporte universitario amateur.

Diseño de una campaña para promover el deporte a través de redes sociales

Mariño, Ocanto Y Pastor (2019). Crearon una campaña en la red social instagram para promover el deporte. La investigación apuesta por una campaña en redes sociales, como propuesta comunicativa, promoviendo el estilo de vida saludable a una temprana edad, es hecha por adolescentes para adolescentes.

Diseño de una campaña para un sitio web de contenido deportivo

Pastén (2014) afirma que en sus inicios, el periodismo tradicional era principalmente un desarrollo de los medios escritos. Con el paso del tiempo y el desarrollo de la tecnología aparecieron nuevas redes sociales como la radio y la televisión, que permitieron que el trabajo periodístico fuera más efectivo, porque publicaban información no solo por escrito, sino también de manera formal. Internet consideramos una revolución en la comunicación social, por su importancia en la difusión de información, factor que no determinó la adaptación. para el uso del periodismo a través de esta nueva plataforma de comunicación en red. Hoy Internet permite crear páginas web gratuitas y estructurar o desarrollar muchas aplicaciones, soportes y contenidos junto con muchos servicios para los usuarios. Esta plataforma te permite combinar periódicos, programas de radio y televisión, pero en un solo formato. Los nuevos medios digitales tienen entrevistas, imágenes de vídeo y contenidos informativos, de opinión o de interpretación, como se hace en la prensa escrita, pero aumentan la interacción de los usuarios y el consiguiente engagement con diferentes contenidos. Con el paso de los años, esto se ha mejorado el dinamismo a través de otras formas, como las llamadas redes sociales, desarrollo y actualización de microblogs, blogs y videoblogs; plataformas que no sólo crean un espacio de comunicación con los propios usuarios, sino exploran los últimos temas sobre influencia y posicionamiento que antes no recibían mucha atención en los medios tradicionales.

Campañas publicitarias para promocionar e incentivar el uso del tiempo libre a través del deporte hacia los jóvenes dentro de un rango de los 16 a los 25 años

Urrea (2015). Explicó a nivel teórico qué aspectos influyen en el buen uso del tiempo libre en una institución educativa y cómo se relacionan con los métodos de aprendizaje configurados y la pérdida de tiempo. Como aporte al desarrollo de este proyecto, se creó y validó un apartado gráfico para identificar las motivaciones y estrategias que contribuyen a la implementación del deporte.

Modelo de aprendizaje de voleibol

Detto. Afirma que el objetivo de este modelo es crear una estrategia de enseñanza que, considerando los recursos disponibles, aumente el "gusto y placer" de jugar voleibol entre los estudiantes: un sistema de enseñanza que introduzca, sobre todo, la "situación e idea del juego global". "; su percepción, tiempo, exigencias tácticas individuales y colectivas. Comienza con el juego, con tu comprensión y ganas de resolver las actividades que se desarrollan cada vez con mayor éxito, proponte estudiar los distintos fundamentos técnicos del deporte.

Libro de voleibol para principiantes

Hessing (2006) Este libro está dirigido a todo aquel que se entrega a la pasión por el voleibol. Aquí, no sólo el principiante encontrará lo más importante de su deporte, sino que también los practicantes habituales pueden leer muchas cosas interesantes. Este es un libro para un practicante más que para un profesor, entrenador o instructor. Aquí se enseña la diversidad técnica del juego de voleibol. Aprende sobre tendencias y problemas, recibe sugerencias y recomendaciones de ejercicios y ejercicios en casa. Las descripciones de las técnicas de juego a través de gráficos ocupan mucho espacio, son una guía para que el lector se auto examine y pueden proporcionar conocimientos para el aprendizaje. . y corrección de técnicas básicas. Proporciona un conocimiento integral sobre el deporte de una manera comprensible y transparente para todos. Este libro es un manual valioso incluso para el más profano. No todos tuvieron la oportunidad de aprender los conceptos básicos del voleibol en la escuela o en el departamento juvenil de su club; muchos tienen su primer contacto con el voleibol en su tiempo libre, por ejemplo con sus compañeros. Se realiza un seguimiento de los jugadores: ¿cómo colocan sus manos durante el contacto con los dedos? ¿Cómo se realiza el cambio? ¿Cuándo anotas? ¿Dónde debería tocar la pelota? ¿Qué pasa? Todas estas preguntas básicas y muchas otras serán respondidas aquí en profundidad. Datos básicos, cosas interesantes, consejos de expertos: todo esto hace que este libro no sólo sea un verdadero tesoro para un principiante en el voleibol, sino también un compañero muy interesante y práctico para entrenamiento.

1. Metodología

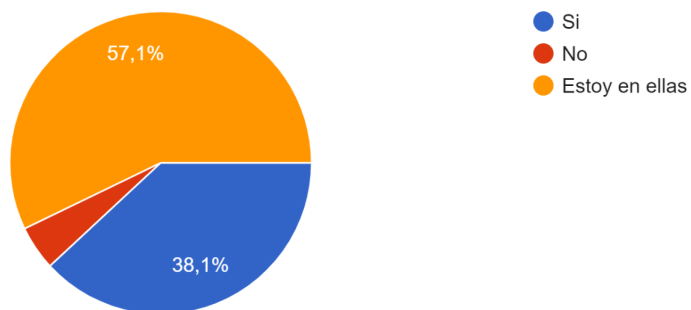
Para el desarrollo de este artículo investigativo, se tomaron referencias de otros artículos relacionados con el tema y el objetivo de esta investigación, dichas referencias se tomaron usando bases de datos como Google Académico. Para la búsqueda y localización de estos documentos y otros soportes argumentativos, se utilizaron criterios o conceptos de búsqueda como diseño gráfico, voleibol, diseño de campaña. De esta manera se recaudaron todos los soportes y referencias bibliográficas de este artículo investigativo.

El tipo de investigación a aplicar es de carácter descriptivo con enfoque mixto, ya que el objetivo de este proyecto es tomar como eje central una problemática existente en la universidad, el cual se analizará y se dará conocer; así mismo, se propondrá una posible solución al mencionado problema.

Resultados de la encuesta

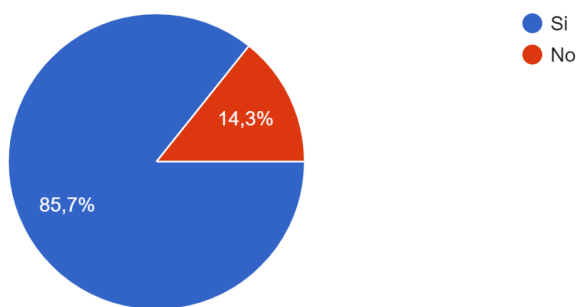
¿Conocias las practicas de voleibol de la CUN Sede Santa Marta?

21 respuestas



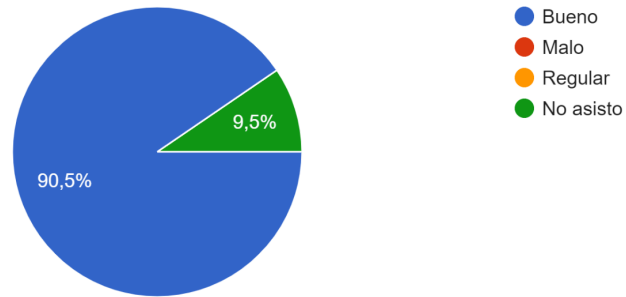
¿Conocias el beneficio de la BECA deportiva con descuento del 20% que te ofrece las practicas de voleibol?

21 respuestas



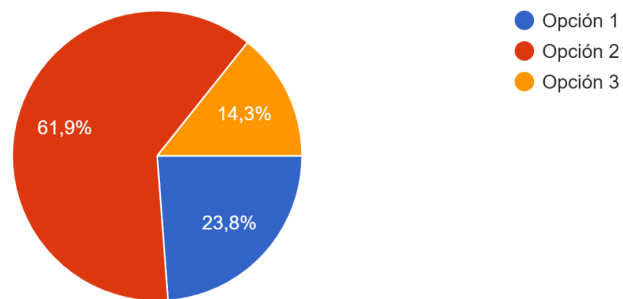
¿Si participas en las practicas de volebiol, que te parecen los entrnamientos?

21 respuestas



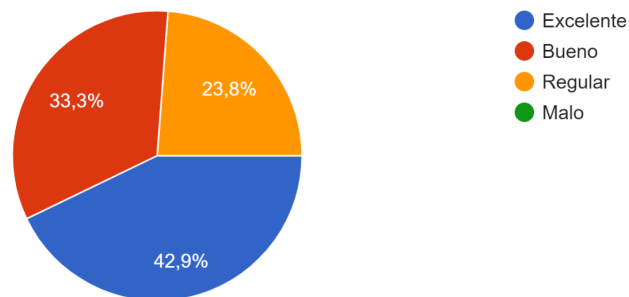
¿Cual de esos 3 prototipos de escudos te parece mejor?

21 respuestas



¿Que te parece este prototipo de uniforme de voleibol?

21 respuestas



DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En conclusión podemos decir con modestia aparte que es un proyecto muy bueno que le beneficia mucho a la CUN sede Santa Marta, ya que si motivamos a los estudiantes a que se inscriban a las prácticas de voleibol pueden obtener los beneficios que ofrece la universidad como la BECA deportiva del 20%. Así mismo se están haciendo prototipos de uniformes y escudos para convertir las prácticas a nivel competitivo y jugar contra otras universidades y darle cierto prestigio a la universidad a nivel deportivo, para esto se realizó una encuesta preguntándole a los estudiantes que prototipos les parecía el mejor y corroborando si conocían las prácticas de voleibol.

Referencias (apa)

Calderón Machicado, S. (2023). Relación entre diseño, deporte y tecnología. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, 26(179).

Delgado Benavides, P. A. (2015). *Diseño gráfico de un juego para incentivar el entretenimiento en grupo y la actividad física en niños y niñas* (Bachelor's thesis, Universidad del Azuay).

Estudiantil, V. (2015). Planteamiento de Diseño Gráfico para Área Deportiva del DPE (María José Salgado).

Lucas, J. (2000). *Recepción, colocación y ataque en el voleibol*. Editorial Paidotribo.

Rother, R. (2006). La historia del Voleibol y su relevancia en la futura acción profesional. *Lecturas: Educación física y deportes*, (94), 17.

Farinango, L. (2017). Publicidad, cuerpo y deporte. *Editorial Jurídica del Ecuador*.

Burbano Alvear, K. S. (2016). Diseño publicitario a través de la identidad e imagen corporativa para la liga deportiva cantonal del valencia.

Guevara Castillo, W. D. (2011). *Imagen corporativa a través del diseño publicitario para el Club Deportivo UTN* (Bachelor's thesis).

Mariño, M. V., Ocanto, Y. G., & Pastor, A. T. L. (2019). Diseño de una campaña de comunicación en Instagram de adolescentes a adolescentes para promover la práctica deportiva en Segovia. *Razón y Palabra*, 23(104), 80-109.

Pastén, G. E. C. (2014). *DISEÑO DE UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN 2.0 PARA POSICIONAR UN SITIO WEB DE CONTENIDO DEPORTIVO REGIONAL* (Doctoral dissertation, UNIVERSIDAD DE LA SERENA).

Urrea Chavarriaga, O. A. (2015). Campañas publicitarias para promocionar e incentivar el uso del tiempo libre a través del deporte hacia los jóvenes dentro de un rango de los 16 a los 25 años.

Detto, R. G. Modelo de Aprendizaje del Juego Voleibol.

Hessing, W. (2006). *Voleibol para principiantes*. Editorial Paidotribo.

