

La Dirección de Comunicación Visual de la UNLP

Un espacio de desarrollo integral de las problemáticas disciplinares

Luciano Passarella

Diseñador en Comunicación Visual, Facultad de Bellas Artes (FBA),
Universidad Nacional de La Plata (UNLP).

*Director de Comunicación Visual de la Universidad Nacional de La Plata desde 2010 a la actualidad.
Profesor Adjunto de la materia Panorama Histórico Social del Diseño y Jefe de Trabajos Prácticos de
la materia Taller de Diseño en Comunicación Visual 4D. Facultad de Bellas Artes - UNLP.*

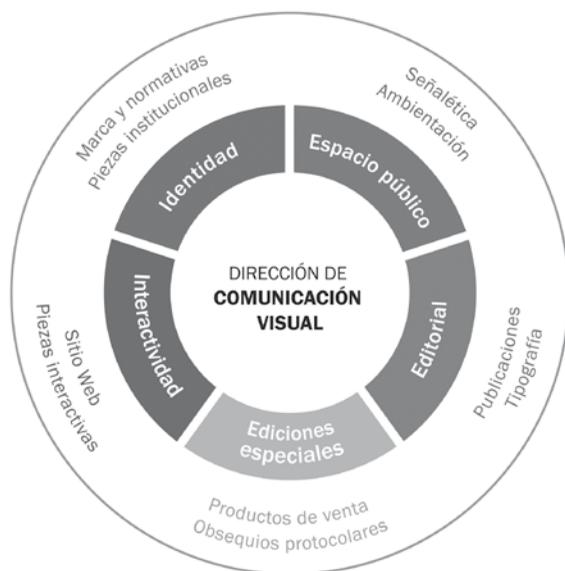
La Dirección de Comunicación Visual es un área de la Presidencia de la Universidad Nacional de La Plata que tiene por función planificar, gestionar y diseñar la comunicación visual de dicha Institución. Este espacio pertenece a la Dirección General de Comunicación y Medios, dentro de la Secretaría de Extensión Universitaria, y desarrolla programas y proyectos en conjunto con otras áreas de gestión de la Universidad.

Creada en el año 2000, desde 2010 a la fecha, la Dirección de Comunicación Visual se reorganizó con el objetivo de dinamizar el trabajo a partir del crecimiento de la demanda de la Institución respecto de la comunicación visual. Con este fin, se crearon cinco áreas internas de desarrollo disciplinar para abordar, integralmente, las problemáticas de la comunicación visual que demanda la Universidad: *Identidad, Editorial, Interactividad, Espacio público* y *Ediciones especiales*. Estas áreas interactúan y se combinan con el desarrollo de los proyectos.

Asimismo, la Dirección tiene la función de brindar asesoramiento a las áreas y a los equipos de diseño de las distintas dependencias de la UNLP que se han formado en estos últimos años, a medida que crece la toma de conciencia sobre la necesidad de contar con una comunicación visual unificada y planificada. De esta manera, se produjo un aporte disciplinar a la institución que, progresivamente, incorpora en su gestión la problemática de la comunicación, en general, y de la comunicación visual, en particular.

Este espacio constituye, además, un ámbito de desarrollo y crecimiento ligado a la carrera de Diseño en Comunicación Visual de la Facultad de Bellas Artes, que es la que brinda en su formación la especificidad disciplinar. De este modo, la Dirección de Comunica-

ción Visual se posiciona como un lugar de experiencia laboral para jóvenes graduados y estudiantes avanzados, que les permite tener sus primeros contactos con la profesión, en una institución diversa en la que se desarrollan proyectos de las más variadas temáticas. Dicha experiencia tiene, también, la particularidad de dictarse en la misma institución en la que se obtuvo la formación superior, estableciéndose una relación de reciprocidad con la Universidad.



Esquema de funcionamiento de la Dirección de Comunicación Visual según las problemáticas disciplinares

Comunicación visual estratégica

La UNLP se rige, para esta gestión, por un Plan Estratégico que marca los lineamientos de los programas, los subprogramas operativos y los proyectos que llevan adelante sus diferentes áreas para el período 2010-2014. La Dirección participa del Plan Estratégico con programas y proyectos de abordaje interdisciplinario y con otros de desarrollo específico, inherentes a las propias incumbencias profesionales.

Dentro de los programas generales de la Dirección General de Comunicación y Medios, en los que se inserta la Dirección de Comunicación Visual, se encuentra el Programa de Comunicación Corporativa, que tiene como objetivos coordinar la comunicación —interna y externa— de la Institución, en sus múltiples dimensiones y canales, a fin de facilitar la correcta emisión y llegada de los mensajes entre las distintas partes que interactúan. Además, tiene el objetivo de afianzar la imagen de la institución con coherencia y unidad para difundir su identidad y sus valores, y promover, desde la comunicación corporativa, un salto en la calidad institucional.

Según este enfoque, se establece que la comunica-

ción corporativa de una institución actúa como un factor articulador entre la realidad institucional, su identidad y la imagen que proyecta, tanto interna como externamente, comprendiendo las múltiples dimensiones y los diversos canales a través de los que se expresa. Por ello, se mantienen los ejes conceptuales específicos tradicionales sobre los que se sustenta la comunicación corporativa de la UNLP: la trayectoria y el prestigio académico; la calidad académica para todos; los principios reformistas de respeto, libertad y justicia; la promoción de la cultura, las artes y las ciencias, así como la amplitud de la oferta educativa. A estas ideas rectoras se incorporan, formalmente, los siguientes conceptos: inclusión social, compromiso con lo público, construcción mancomunada y participativa, vinculación con la sociedad y el Estado, innovación y modernización institucional.

Este Programa posee un gran dinamismo y permanente revisión, ya que la comunicación corporativa no solo reproduce las transformaciones que protagoniza la Universidad sino que también contribuye a producirlas.

Identidad visual de la UNLP

Este es un subprograma que tiene como objetivo principal comunicar, desde el aspecto visual, la identidad dinámica de la UNLP con relación a las transformaciones experimentadas y a sus transformaciones proyectadas, para posicionar la percepción de su imagen tanto pública como internamente.

En este subprograma se plantea que el diseño de un nuevo sistema de identidad institucional se manifiesta, indispensablemente, cuando la realidad institucional se ha modificado y cuando los objetivos del programa de comunicación corporativa se replantean. En la actualidad, se desarrolla un nuevo enfoque que, sin perder los valores de identidad heredados, incorpora las transformaciones experimentadas con relación al proyecto de universidad que se propone desde la nueva gestión. Esto involucra el nuevo diseño de las piezas de comunicación para la difusión de actividades de duración acotada, y el diseño de carpetas y

papelería institucional de uso permanente y con actualización periódica.

El rediseño de la identidad visual requiere de un programa sistemático que incluye etapas de análisis, diagnóstico, propuesta, aplicación y evaluación. Como partes fundamentales de este nuevo sistema de rediseño, se planteó el trabajo sobre la marca institucional, sobre los elementos identificadores complementarios y sobre sus aplicaciones normalizadas. Para ello, se propuso un sistema que abarque a la Institución y a sus distintas partes constitutivas como totalidad, sin dejar de contemplar las necesidades de las distintas dependencias y unidades académicas.

Para resolver los problemas de comunicación y de las piezas que derivan de ellos, se creó un sistema dinámico, con aspectos constantes y variables, que permite abordar las diversas situaciones planteadas



Sistema de piezas institucionales para la Presidencia de la UNLP

y se articula según el contexto y el público al que se dirigen los mensajes. Por este motivo, la identidad institucional de la UNLP funciona como un paraguas de otras identidades específicas que, en muchos casos, requieren de signos identificadores propios. Entre algunos de estos casos se pueden destacar el diseño de la identidad para la Universidad en el Bicentenario, realizado en octubre de 2010; la Expo Universidad - Comunidad, en sus ediciones novena y décima, y el Tercer Congreso Internacional de Cambio Climático y Desarrollo Sustentable con sede en la UNLP, entre

otros. Para dichas actividades se desarrollaron signos y se aplicaron en numerosas piezas de comunicación; también se hizo el seguimiento de la producción y la supervisión de su instalación en el espacio público. También este subprograma de identidad visual se aplica al desarrollo de líneas de productos institucionales orientados a diferentes públicos, para proveer a la comunidad con ediciones especiales accesibles que contengan y difundan los valores de la UNLP, y proporcionarle a la Presidencia obsequios institucionales para acontecimientos protocolares.

Signo identificador y piezas gráficas para "La Universidad en el Bicentenario"



Signos identificadores para eventos y programas específicos

Comunicación visual sistematizada

El abordaje de la comunicación se plantea de manera sistemática, aunque no uniforme, para que las soluciones respondan a un patrón común, pero también a las necesidades que determina cada público y cada contexto. Mediante este abordaje se busca conceptualizar, diseñar y planificar la producción de sistemas que se materialicen en múltiples soportes, que respondan a las diversas problemáticas de la comunicación visual. Los desafíos comunicacionales de la Universidad implican el diseño de sistemas de comunicación que le permitan, a la Institución, comunicarse en diferentes situaciones y atender a requerimientos específicos. Por este motivo, los sistemas deben abarcar las distintas dimensiones de la comunicación visual, como la transferencia de información y la identidad visual, que son sus dos pilares principales, produciéndose entre ambos una permanente interrelación. Asimismo, dichos sistemas se materializan en distintos soportes: gráficos y digitales, bidimensionales y tridimensionales, contemplándose, en todos los casos, la interacción con el entorno y con los diferentes destinatarios de la comunidad.



Estructura de la página de inicio del nuevo sitio web de la Universidad Nacional de La Plata



Publicación Diálogos del Consejo Social N°1



Sistema de señalética para el Corredor Universitario, ubicado entre la calle 1 esquina 50 y el nuevo edificio de la Facultad de Psicología de la UNLP en 51 y 122

Proyectos y perspectivas de desarrollo

Desde el año 2010 se crearon, en la Dirección de Comunicación Visual, numerosos proyectos para integrar a este espacio en la Universidad con un abordaje de la disciplina que permita dar respuesta a los diversos requerimientos de comunicación. Entre estos proyectos, hay algunos que se destacan por su complejidad comunicacional, por la variedad de piezas de comunicación implicadas y por la participación de numerosos actores de la Institución en los mismos. Una síntesis de estos trabajos fue expuesta en una muestra realizada en diciembre de 2012 en el patio del edificio de la Presidencia de la Universidad Nacional de La Plata, en el marco de la Segunda Bienal de Arte y Cultura de la UNLP y de la conmemoración del Cincuentenario de la creación de las carreras de diseño de la Facultad de Bellas Artes de la UNLP.

En el contexto de una institución como nuestra Universidad, con un marcado crecimiento, especialmente en la última década, se plantea la necesidad de profundizar las estrategias de sistematización, articulación y gestión de la comunicación visual para que la Dirección de Comunicación Visual siga promoviendo el desarrollo de la profesión y continúe abordando, interdisciplinariamente con otras áreas, los permanentes desafíos que establece la dinámica comunicacional de la UNLP.