

PROYECTO GENERAL DE DISEÑO EN COMUNICACIÓN VISUAL PARA EMATUR, LA PLATA, 2016

Carolina Cali – Emmanuel Tarelli
Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Bellas Artes

Resumen

Problemas detectados: A través de la investigación realizada se llegó a la conclusión de que la ciudad de La Plata ofrece circuitos turísticos para distintas edades y gustos y acontecimientos y manifestaciones culturales que no llegan a todos los receptores debido a la desorganización del Ente Municipal Para la Actividad Turística, el cual posee escasa variedad de piezas comunicacionales ya sean gráficas, virtuales o en el entorno, resultando insuficientes para brindar un buen servicio.

Estrategia: Se planteó posicionar a la ciudad de La Plata como una alternativa para el turismo de fin semana *city break*, escapadas cortas de 2 o 3 días con propuestas turístico-recreativas con base en la ciudad, logrando así consolidarla como un lugar de encuentro, tanto para residentes como visitantes.

Recursos utilizados: Para llevar a cabo esta estrategia se desarrollará de manera completa la comunicación visual del Ente Municipal para la Actividad Turística de dicha ciudad de forma sistematizada y controlada.

Principalmente se utilizaron recursos turísticos como el signo de localización, el uso de mapas, y la acción de remarcar la silueta de un atractivo a visitar.

Piezas diseñadas: Afiches educativos. Afiches para eventos. Stand Externo. Identificación de plazas. Aplicación para celulares con mapa interactivo para armar Circuitos Turísticos personalizados.

Palabras clave

Turismo - Cultura - Ciudad de La Plata - Centros de informes - EMATUR

PROYECTO GENERAL DE DISEÑO EN COMUNICACIÓN VISUAL PARA EMATUR

Problema detectado

A través de la investigación realizada se llegó a la conclusión de que la ciudad de la plata ofrece circuitos turísticos para distintas edades y gustos, acontecimientos y manifestaciones culturales. El problema encontrado fue la desorganización del Ente Municipal Para la Actividad Turística, el cual posee escasa variedad de piezas ya sean gráficas, virtuales o en el entorno para brindar un buen servicios.

Estrategia planteada

Ante esto, se planteó la estrategia de posicionar a la ciudad de La Plata como una alternativa para el turismo de fin de semana "city break", escapadas cortas de 2 o 3 días con propuestas turísticas / recreativas con base en la ciudad, logrando así consolidarla como un lugar de encuentro, tanto para residentes como visitantes.

Recursos utilizados

Para llevar a cabo esta estrategia se desarrollará de manera completa la comunicación visual del Ente Municipal para la Actividad Turística de dicha ciudad de forma sistematizada y controlada. Principalmente se utilizaron recursos turísticos como el signo de localización, el uso de mapas, y la acción de remarcar la silueta de un atractivo a visitar

DISEÑO DE ENTORNO

Placa y Banners para el Palacio Campodónico

Identificación de plazas

Identificación de atractivos

Orientadores

Stand Interno

Stand Externo

DISEÑO DE IDENTIDAD

Constantes Universales

- Marca Pictograma
- Concepto - Recordos
- Utilización de figuras geométricas

ematur La Plata

Aplicación sobre Fondos

Varación Pluma / Positivo

Varación Pluma / Negativo

Tinta Negra

Tintas Institucionales

Constantes Particulares

Papel carta

Sobre oficio

Automóvil

Carta

Sobre bolsa

Tarjeta personal

Vestimenta

DISEÑO DE INFORMACIÓN

Página web

Revista mensual

Plantillas de afiches para congreso

Afiches educativos

Afiches para eventos

Facebook

Folleto para congreso

Folleto general

Folleto para cada tipo de turismo (arquitectónico, cultural, recreativo, servicios)