

## CELIAQUÍA, UNA FORMA DE VIVIR

Ailén García Chescotta

Iván Velázquez

Facultad de Bellas Artes, Universidad Nacional de La Plata

### Resumen

Actualmente en la Argentina se calcula que 1 de cada 100 habitantes es celíaco. Puede darse tanto en la niñez como en la adultez y está asociada a otras enfermedades.

Inicialmente se llevó a cabo el proceso de investigación de la Asociación Celíaca Argentina con el fin de detectar los problemas de comunicación existentes, partiendo de tres ejes: identidad - Informativo - Entorno

Como resultado de esta investigación se planteó generar una identidad propia de la asociación para difundir y desmitificar que la celiaquía es una enfermedad, y a su vez promover, concientizar e informar a la sociedad para su detección temprana.

Para este proyecto se planteó un plan de intervención basados en los tres ejes anteriores, diseñando a partir de ellos la identidad de la asociación para que pueda reposicionarse y llegar a más personas.

Los recursos utilizados para el desarrollo del proyecto fueron seleccionados a partir de los conceptos de vitalidad, social y contención, teniendo en cuenta a su vez que el rango etario al que va dirigido es amplio.

La mayoría de las personas desconoce sus síntomas, la detección temprana y el tratamiento oportuno son de gran importancia para evitar complicaciones secundarias de la celiaquía. El principal objetivo es contribuir a mejorar la calidad de vida del celíaco y su familia.

**Palabras claves:** Apoyo – Contención – Libre de gluten – Educación - Salud



### Abstract

Actualmente en la Argentina se calcula que 1 de cada 100 habitantes es celiaco. Puede darse tanto en la niñez como en la adultez y está asociada a otras enfermedades.

Inicialmente se llevó a cabo el proceso de investigación de la Asociación Celiaca Argentina con el fin de detectar los problemas de comunicación existentes, partiendo de tres ejes: informativo - Informativo - Entorno

Como resultado de esta investigación se planteó generar una identidad propia de la asociación para difundir y desmitificar que la celiquía es una enfermedad, y a su vez promover, concientizar e informar a la sociedad para su detección temprana.

Para este proyecto se planteó un plan de intervención basados en los tres ejes anteriores, diseñando a partir de ellos la identidad de la asociación para que pueda repositionarse y llegar a más personas.

Los recursos gráficos utilizados para el desarrollo del proyecto fueron seleccionados a partir de los conceptos de vitalidad, social y contención, teniendo en cuenta a su vez que el rango etario al que va dirigido es amplio.

La mayoría de las personas desconoce sus síntomas, la detección temprana y el tratamiento oportuno son de gran importancia para evitar complicaciones secundarias de la celiquía. El principal objetivo es contribuir a mejorar la calidad de vida del celiaco y su familia.

### Diagnóstico

- La institución no posee un sistema de identidad propio, la marca que se utiliza es la utilizada para informar que el alimento envasado no contiene TACC.
- La asociación cuenta con medios de difusión, aunque algunos no son utilizados correctamente y no actualizan su información.
- Las piezas gráficas de comunicación no se encuentran sistematizadas y poseen mucha información.
- No posee ningún tipo de identificación de la sede.
- Posee piezas gráficas que no han sido actualizadas.

### Estrategia

Generar una identidad propia de la asociación para difundir y desmitificar que la celiquía es una enfermedad, y a su vez promover, concientizar e informar a la sociedad para su detección temprana.

### Entorno

FRENTE SEDE NACIONAL



FOOD TRUCK



### Identidad

MARCA



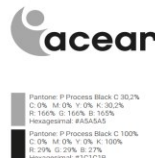
Versión vertical



Variante policromática



Variante monocromática



Variante monocromática



Platone: 151 C 100%  
C: 0% M: 58.8% Y: 14.2% K: 0%  
R: 242% G: 128% B: 25%  
Hexadecimal: #FF8B00

Platone: P Process Black C 30.2%  
C: 0% M: 0% Y: 0% K: 30.2%  
R: 166% G: 166% B: 166%  
Hexadecimal: #333333

Platone: P Process Black C 100%  
C: 0% M: 0% Y: 0% K: 100%  
R: 20% G: 20% B: 20%  
Hexadecimal: #1C1C1C

PAPELERIA INSTITUCIONAL



### Comunicación

WEB



APLICACIONES



AFICHES



FOLLETOS



**D**  
taller 5  
Cátedra Naranja

Taller de Diseño en Comunicación Visual 2 a 5 D  
Prof. Titular: DCV Julio César Naranja | Prof. Adjunto: DCV Iván Velázquez  
Auxiliares docentes: DCV M. Gabriela López | DCV Emmanuel Tarelli  
ALUMNA: Ailén García Chescotta

facultad de bellas artes

