

## PROYECTO DE COMUNICACIÓN VISUAL PARA REPOSICIONAR LA ESCUELA DE ARTE DE BERISSO

Treysi Garrido  
M. Gabriela López  
Facultad de Bellas Artes, Universidad Nacional de La Plata

### Resumen

A partir del relevamiento de la Escuela de Arte de Berisso, identificamos problemas de comunicación visual en las siguientes áreas: Identidad – Información – Entorno.

Respecto a la identidad de la marca, esta posee diferentes elementos que tienen una relación confusa entre sí. Posee dos colores que no ayudan a la marca a identificarse en el rubro, estos son: el rojo y el azul, y como complemento, el blanco. Visualmente no posee un sistema integral entre las piezas gráficas y la marca. En base a la información que brindan, esta carece de diseño, utilizando pocos recursos gráficos como para llamar la atención del usuario al cual se quiere llegar. En lo que respecta al entorno, la escuela carece de señalética y cartelería que pueda ayudar y guiar al receptor.

A partir de este diagnóstico se planteó reposicionar a la escuela, presentándola como una institución académica, pública y gratuita que otorga títulos oficiales de formación técnica y docente. Ya que es la única institución del partido de Berisso a nivel terciario. Para este proyecto se desarrolló un plan de intervención donde se utilizaron diferentes recursos y soluciones. En un principio se modificó la tipografía y el color de la marca, utilizando el azul como color institucional y eligiendo para cada carrera un color determinado para que sea representado en todas sus piezas. Estos colores son el rojo, naranja, amarillo, verde, celeste y lila. Se diseñó un diagrama con formas curvas y onduladas que hacen referencia al movimiento y al dinamismo del arte; potenciando las palabras: ESCUELA – ARTE – BERISSO.

Se implementó una nueva tipografía para la marca (Folk) y dos más para el resto de las piezas; Roboto para web y App, y Asap para las piezas impresas. Se diseñaron piezas informativas como banner, afiches, catálogos, campañas y se mejoró la señalización de la institución para una mejor circulación.

**Palabras clave:** Arte – Diseño – Escuela superior – Educación - Berisso

# PROYECTO DE COMUNICACIÓN VISUAL PARA REPOSICIONAR LA ESCUELA DE ARTE DE BERISSO

## ABSTRACT

A partir del relevamiento de la Escuela de Arte de Berisso, identificamos problemas de comunicación visual en las siguientes áreas: IDENTIDAD – INFORMACION – ENTORNO. Respecto a la identidad de la marca, esta posee diferentes elementos que tienen relación confusa entre sí. Posee dos colores que no ayudan a la marca a identificarse en el rubro, estos son el rojo y el azul, y como complemento el blanco. Visualmente no posee un sistema integral entre las piezas gráficas y la marca. En base a la información que brindan, esta carece de diseño, utilizando pocos recursos gráficos como para llamar la atención del usuario al cual quiere llegar. En lo que respecta al entorno, la escuela carece de señalética y cartelería que pueda ayudar y guiar al receptor. A partir de este diagnóstico se planteó reposicionar a la escuela, presentándola como una institución académica, pública y gratuita que otorga títulos oficiales de formación técnica y docente. Ya que es la única institución del partido de Berisso de nivel terciario. Para este proyecto se desarrolló un plan de intervención donde se utilizaron diferentes recursos y soluciones. En un principio se modificó la tipografía y el color de la marca, utilizando el azul como color institucional y eligiendo para cada carrera un color determinado para que sea representado en todas sus piezas. Estos colores son el rojo, naranja, amarillo, verde, celeste y lila. Se diseñó un diagrama con formas curvas y onduladas que hacen referencia al movimiento y al dinamismo del arte; potenciando las palabras ESCUELA – ARTE – BERISSO. Se implementó una nueva tipografía para la marca (Folk) y dos más para el resto de las piezas; Roboto para web y app, y Asap para las piezas impresas. Se diseñaron piezas informativas como banner, afiches, catálogos, campañas y se mejoró la señalización de la institución para una mejor circulación.

## IDENTIDAD

Se diseñó la marca en dos versiones una horizontal y la otra vertical, para poder ser ubicadas en las diferentes piezas.



Paperería institucional: hojas, sobres, carpetas y tarjetas personales



Piezas de merchandising:

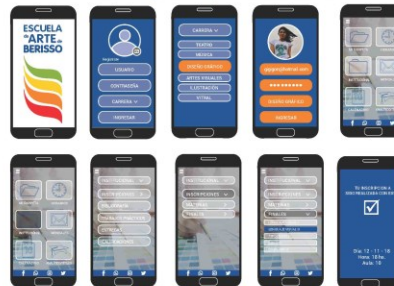


## INFORMACIÓN

Se diseñó un sistema de afiches para cada carrera:



Diseño de aplicación para los estudiantes:



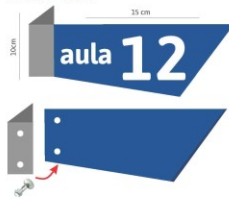
Diseño de página web:



## ENTORNO

Señalética para el interior de la escuela: La señalética estará ubicada a modo de bandera, identificando cada espacio de la escuela.

Materiales:  
Vinilo - Alto impacto  
Chapa de aluminio  
Tornillos 1”  
Arandela - Tuerca



Diseño de banner exteriores, frente y dorso:



Reforma exterior de la fachada:



### 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: GARRIDO GONZALES TREYSI E.

facultad de bellas artes

