

PROYECTO INTEGRAL DE DISEÑO EN COMUNICACIÓN VISUAL PARA LA SISTEMATIZACIÓN Y DIFUSIÓN DEL CONICET CCT MAR DEL PLATA Y EL INTEMA, AÑO 2016

Ana Belén Rodríguez Massone – María Gabriela López
Universidad Nacional La Plata. Facultad de Bellas Artes

Resumen

Diagnóstico: Se puede observar una relación y sistematización en la gráfica, aunque no sucede lo mismo con la página web, la cual se despega de la identidad visual del CONICET. En cambio, es más difícil encontrar identificación visual en las piezas del INTEMA, más allá de la marca, la cual se encuentra, muchas veces, en versiones anteriores ya obsoletas.

Cuando la marca del INTEMA se utiliza en afiches, volantes, cuadernos y demás piezas para diferentes encuentros o congresos, pierde fuerza en el total de la composición.

Estrategia: Por un lado se buscará la unificación y relación entre las diferentes Unidades Ejecutoras y la pertenencia al CCT Mar del Plata, a partir de la utilización de recursos gráficos comunes y una sistematización en las páginas web. Por otro lado se desarrollará la comunicación visual del INTEMA con el fin de darlo a conocer como un Instituto que desarrolla invenciones con beneficios directos hacia la comunidad, a través de diferentes acciones y piezas gráficas que expliquen su funcionamiento y características, distribuidas por los medios locales de comunicación. También se realizarán visitas a colegios para hacer llegar el INTEMA a estudiantes de los últimos años del secundario, generando interés por la ciencia en los adolescentes y desmitificando la figura del científico.

Palabras clave

Investigación – Ciencia – Tecnología – Educación



TRABAJO FINAL DE GRADUACION

DIAGNÓSTICO

Luego de realizar una recopilación, clasificación, selección y análisis de las piezas de comunicación del INTEMA **no se puede observar una relación y sistematización en la gráfica**, es difícil encontrar identificación visual en las piezas más allá de la marca, la cual se encuentra, muchas veces, en versiones anteriores obsoletas. Cuando la marca del INTEMA se utiliza en afiches, flyers, cuadernos y demás piezas para diferentes encuentros o congresos, pierde fuerza en el total de la composición. La divulgación del Instituto a la comunidad se da principalmente a

través de notas publicadas en diarios y charlas realizadas por los investigadores, lo que termina siendo insuficiente. Actualmente se están realizando **visitas a colegios** para llevar la ciencia a los adolescentes, pero no se cuenta con material didáctico específico. El **sistema de señalización del entorno es escaso** y casi nulo dado las dimensiones y complejidad del Instituto. No se encontraron indicaciones para la circulación de los usuarios esporádicos o ajenos al INTEMA, y muchas veces la cartelaría presenta una marca antigua.

ESTRATEGIA

Se desarrollará la comunicación visual del INTEMA con el fin de darlo a conocer a la sociedad como un Instituto que desarrolla invenciones con fines directos hacia la comunidad. A través de diferentes acciones y piezas gráficas que expliquen su funcionamiento y características, distribuidas por los medios locales de comunicación. También se realizarán visitas a colegios para hacer llegar el INTEMA a estudiantes de los últimos años del secundario, generando interés por la ciencia en los adolescentes y desmitificando la figura del científico.

1 IDENTIFICACIÓN

1A. CONCRETOS UNIVERSALES

MARKA



VERSIÓN VERTICAL PRINCIPAL



VERSIÓN HORIZONTAL



MARKA CONICET



MARKA CCT MAR DEL PLATA



PAPELERÍA



2 INFORMACIÓN

2A. COMUNICACIÓN INTERNA

APLICACIÓN PARA CELULARES



2B. SOCIEDAD EN GENERAL

PROYECTO MONEDERO DE CARBONO



2C. ESTUDIANTES DE SECUNDARIO

FOLLETO



2D. SECTOR PRODUCTIVO Y EMPRESARIAL

TECNOLOGÍAS TRANSVERSALES



SEMINARIOS INTERNA



SISTEMA DE AFICHES



SISTEMA DE AFICHES



2E. INVESTIGADORES Y CIENTÍFICOS

PLANTILLA POWER POINT



3 ENTORNO

3A. GRÁFICA APLICADA AL ENTORNO

STAND INSTITUCIONAL



STAND MESA



3B. SEÑALÉTICA

