



Santarelli | Comunicación Visual

Gestión y desarrollo de proyectos gráficos

Santarelli | Comunicación Visual

Gestión y desarrollo de proyectos gráficos

Índice

01 | Estudio



[Pag. 6](#)

Enfoque
Metodología
Gestión & desarrollo

[Pag. 7](#)

Áreas de acción

Identidad visual
Papelería institucional
Piezas promocionales
Diseño editorial
Gráfica aplicada

[Pag. 8](#)

Servicios Complementarios

Multimedia
Ilustración digital
Pre-prensa

02 | Clientes



[Pag. 10 | 11](#)

Banco Santa Cruz (2009)
Prontowash (2009)

[Pag. 12 | 13](#)

República de los Niños (2010)

[Pag. 14 | 15](#)

Seminario Freudiano de Bahía Blanca (2008)
Grupo Vertical (2007)

[Pag. 16 | 17](#)

J.H.A.F Fruits | Divina Patagonia (2009)
Noela (2010)

[Pag. 18](#)

Luisina Croceri - *Lic. en Psicología* (2010)
Marcela Garona - *Ilustraciones & Dibujos* (2009)

03 | Proyectos



[Pag. 19 | 20](#)

Infografía aplicada: Coliseo Podestá (2008)

[Pag. 21 | 22](#)

Sistema de paneles móviles (2008)

[Pag. 23 | 24](#)

Signos Laban (2008)

04 | Casos de estudio

Pag. 26 | 27

Parque Municipal de los Deportes (2010)

El problema identitario

Situación Actual

Los lineamientos de la propuesta

Necesidad de identidad

La Propuesta

El posicionamiento del Parque

Retórica de la imagen

Pag. 28

La gráfica aplicada al entorno

Diagnóstico y propuesta

Los lineamientos

Funcionamiento del sistema

Sistema de signos

05 | Concursos

Pag. 30 | 31

Museo de la memoria de la Ciudad de La Plata (2004)

06 | Contacto

Pag. 32

Santarelli studio.com.ar

(+54) 0221- (15) 5366100

santarelli studio@gmail.com

Patagonia - Argentina



01 | Estudio

El desarrollo de los principales lineamientos del estudio, desde su enfoque y metodología de trabajo hasta las áreas en las que interviene y tipo de proyectos que aborda.



Julio Nicolás Santarelli es Diseñador en Comunicación Visual (DCV) graduado de la Universidad Nacional de La Plata. Durante sus años de cursada se ha desempeñado como auxiliar docente en las cátedras de Dibujo 1 y 2, y ha sido seleccionado para formar parte del grupo docente de la cátedra de Taller DCV IV.

En el año 2004, es premiado con el primer puesto en el concurso de afiches organizado por el Museo de la Memoria de la Ciudad de La Plata para su muestra *"Fotos robadas, imágenes Recuperadas"*. Su interés por la gráfica aplicada al entorno lo llevan a cursar el ingreso 2006 de la carrera de Arquitectura de la UNLP.

Hacia el año 2007, pasa a formar parte de un grupo de trabajo con el cual lleva adelante diversos proyectos de identidad y gráfica promocional para eventos y emprendimientos particulares, entre los cuales destaca el encuentro de Psicoanálisis *"Lacanoamericana 2009"*.

Durante el año 2009 desarrolla su proyecto de graduación abordando la problemática identitaria y de señalización del Parque de los Deportes de la Ciudad de Mar del Plata.

En los últimos dos años ha realizado trabajos para entidades públicas y privadas entre las cuales se encuentran el Banco de Santa Cruz y la República de los niños.

Enfoque

Santarelli Comunicación Visual es un espacio dedicado a la gestión y desarrollo de proyectos gráficos para entidades particulares, instituciones, empresas y organizaciones sociales; orientado hacia la de concepción e implementación de piezas de comunicación impresas, digitales o aplicadas a entornos.

El estudio se encarga de la *investigación y concepción* del proyecto, así como también de su *ejecución e implementación*, realizando el *seguimiento* en cada una de las instancias.

La **estructura** del estudio se apoya sobre dos pilares fundamentales, la *formación académica y la capacidad de gestión* de proyectos integrales a partir de una red de proveedores y profesionales externos relacionados al diseño y la comunicación visual.

El estudio funciona como una **plataforma** desde la cual *se investiga, se proyecta y se coordina* la realización de sistemas de comunicación visual orientadas a distintos medios (*impresos, digitales, entorno físico*).

Metodología

Al abordar un caso, el estudio **recolecta** toda la información relacionada al proyecto a través de relevamientos, búsqueda en bibliografía impresa y digital sumada a la suministrada por el comitente.

La *etapa investigativa* finaliza con el desarrollo de un informe en el cual se exponen distintos aspectos del caso como su segmento o usuarios, criterios propios del rubro y casos paradigmáticos en función de **detectar** sus necesidades comunicacionales, diagnosticar la situación actual y plantear las premisas que regirán en el proyecto.

En la siguiente instancia, el estudio se encarga de la redacción del **anteproyecto**, documento en el cual exponen las medidas adecuadas para solucionar las deficiencias comunicacionales detectadas en la primera etapa, se plantean los *lineamientos conceptuales y se definen aspectos estilísticos, materiales, tecnológicos y presupuestales* entre otros.

Una vez consolidadas las dos etapas anteriores, se procede a proyectar el **sistema de comunicación**, generando toda la documentación necesaria para su desarrollo y correcta implementación.

Gestión & desarrollo

El estudio ofrece el servicio de gestión de proyectos a efectos de garantizar su correcta **ejecución**, coordinando las diferentes partes que intervienen en su desarrollo; desde talleres gráficos y proveedores hasta profesionales idóneos según el área de acción a la que pertenece el proyecto.

Santarelli Comunicación Visual no se limita simplemente a generar piezas gráficas sino que gestiona proyectos de manera global, ejecutando las acciones pertinentes para concretarlos, administrando tiempos, presupuestos y el personal correspondiente.

Áreas de acción

Identidad visual

El abordaje de la problemática de la identidad visual requiere de investigación, análisis y de un diagnóstico preciso que permita detectar los rasgos que definen y diferencian a una empresa o institución; para luego traducirlos en estímulos visuales y plantear su aplicación mediante un programa acorde al comitente.

La construcción de la identidad visual abarca desde la creación de un signo distintivo, un sistema cromático y sus normas de aplicación, hasta el asesoramiento en términos discursivos (articulación entre el nombre, las frases de apoyo y los textos empleados).

Qué se desarrolla en esta área?

Los elementos que constituyen la identidad de la empresa, organización o institución: *Signo distintivo, fonograma, elementos formales, tratamiento de imágenes, sistema cromático y sus criterios de aplicación establecidos en un manual de normas.*

Papelería institucional

(Aplicaciones básicas)

La creación de piezas de uso interno no solo organiza y mejora la comunicación del personal y los usuarios sino que refuerza su sentido de pertenencia hacia la institución o empresa.

Qué se desarrolla en esta área?

Piezas gráficas de uso interno como: *Sobres, planillas, hojas membreteadas, formularios, talonarios, cupones y tarjetas personales.*

Piezas promocionales

El empleo criterioso de la identidad visual en las piezas emitidas por la institución o empresa, se traduce en presencia y comunicación hacia el segmento; y persuasión hacia potenciales usuarios o consumidores.

Qué se desarrolla en esta área?

Piezas gráficas que refuerzan la presencia de la empresa o institución. *Afiches, banners de lona, banderas, gorras, remeras, folletos, flyers, stickers, publicidad impresa, material POP, cenefas, carteles, gigantografías.*

Diseño editorial

Una correcta diagramación no se logra simplemente colocando elementos en el espacio, se trata de generar, organizar y jerarquizar contenidos en función de facilitar su incorporación en el receptor. Una pieza gráfica diagramada con criterio se convierte en una pieza didáctica, que no solo se limita a transmitir información sino que estimula el aprendizaje.

Se apela a diversos recursos gráficos en función de desarrollar piezas editoriales de calidad, cubriendo desde aspectos compositivos como la diagramación, la ilustración, la optimización de imágenes fotográficas y el modelado 3D; hasta consideraciones tecnológicas como terminaciones superficiales, tipo de encuadernación recomendable y otras operaciones complementarias (*hot stamping, troquelados, acuñaciones, tintas metalizadas, etc.*).

Qué se desarrolla en esta área?

Material gráfico que requiere la diagramación de extensos bloques de texto e imágenes. *Libros, catálogos, folletos explicativos, manuales, programas, infografías, paneles de información, interfaces.*

Gráfica aplicada

Objetos industriales

El diseño y la comunicación visual pueden ser aplicados en el entorno material que nos rodea cotidianamente, operando tanto con fines publicitarios (*gráfica vehicular, packaging, elementos de mercadeo*); como comunicacionales (*artefactos, herramientas, envases y electrodomésticos*).

Entornos urbano-arquitectónicos

La gráfica aplicada al entorno, puede ser definida como la intervención en un espacio urbano o arquitectónico mediante el uso de piezas gráficas ya sea con fines estéticos o funcionales^(*).

Santarelli Comunicación Visual desarrolla sistemas de comunicación visual para la orientación y el desplazamiento de personas en el espacio, resolviendo desde los contenidos (sistemas de signos, desarrollo de información, patrones cromáticos), estructuras portantes (*materialidad, proceso constructivo*) hasta su implementación en el espacio (*sistema de fijación, criterios de secuencialidad, disposición y emplazamiento de la pieza*).

Para lograr que el comitente pre-visualice el proyecto, el Estudio cuenta con diversos recursos gráficos como el modelado 3D y el fotomontaje hiperrealista, mediante los cuales se obtiene una fiel noción del resultado final.

Qué se desarrolla en esta área?

Piezas de comunicación que ayudan a la orientación y el desplazamiento de personas en el espacio. *Mapas de ubicación, diseño de señales, sistemas de signos, criterios de información, diseño de estructuras portantes, disposición de la señales en el espacio.*

(*) **Las funciones de la grafica aplicada al entorno**
Mientras que en ciertas circunstancias se emplea con fines decorativos, ambientadores o en busca de enriquecimiento conceptual, existen situaciones en las que las piezas graficas tienen como objetivo garantizar la correcta circulación de un espacio, localizar lugares o bien situar a un usuario dentro del mismo.

Servicios Complementarios

Multimedia

Los avances tecnológicos proporcionan nuevos y eficaces medios de comunicación. *Santarelli Comunicación Visual* gestiona el desarrollo de aplicaciones interactivas para diversos entornos digitales, desde banners animados hasta sitios web.

Dependiendo de la complejidad del proyecto, el estudio recurre a programadores externos en función de garantizar un servicio acorde a los últimos estándares.

Qué se desarrolla en esta área?

La creación de aplicaciones graficas para medios digitales como: *Sitios web, interfaces interactivas, banners digitales y animaciones (flash)*.

Ilustración digital

Se realizan ilustraciones con fines didácticos para diarios, revistas, infografías, manuales, folletos explicativos, y con fines publicitarios mediante ilustraciones para envoltorios, packaging, envases y todas aquellas piezas graficas que constituyen estrategias de mercadeo de productos y servicios.

Pre-prensa

En caso de ser necesario, el estudio se encarga del tipeo de textos, sesiones fotográficas, optimización de imágenes y el redibujado de elementos gráficos; así como también de la supervisión de impresiones a pie de máquina para garantizar la calidad de los trabajos.



02 | Clientes

Una recorrida por los diversos trabajos realizados, desde emprendimientos particulares hasta instituciones y empresas.



Banco Santa Cruz (2009)

*Entidad financiera
Publicidad para medios gráficos*

10



La entidad bancaria necesitaba promocionar sus diferentes servicios, enfatizando que existe una opción ajustada a cada cliente. De este modo, la propuesta giro en torno a la diversidad, enumerando todas las alternativas que ofrece BSC y representando los distintos *perfles de usuarios*.

En los bloques de textos, se destacaron *valores tangenciales* como la trayectoria y la cobertura geográfica de la entidad. La publicidad fue adaptada para dos formatos diferentes.



Prontowash (2009)

*Centro de lavado de autos
Promoción + aplicaciones básicas*

En este caso, la franquicia ya contaba con un sistema de identidad definido. Las necesidades del cliente eran fundamentalmente garantizar la localización del lavadero y acentuar su presencia en la ciudad.

Para ello, se propusieron carteles de reenvío hacia las instalaciones y un folleto promocional con un plano de orientación al dorso. También se diseñaron banderas ambientadoras, banners y planillas de uso interno.



República de los Niños (2010)

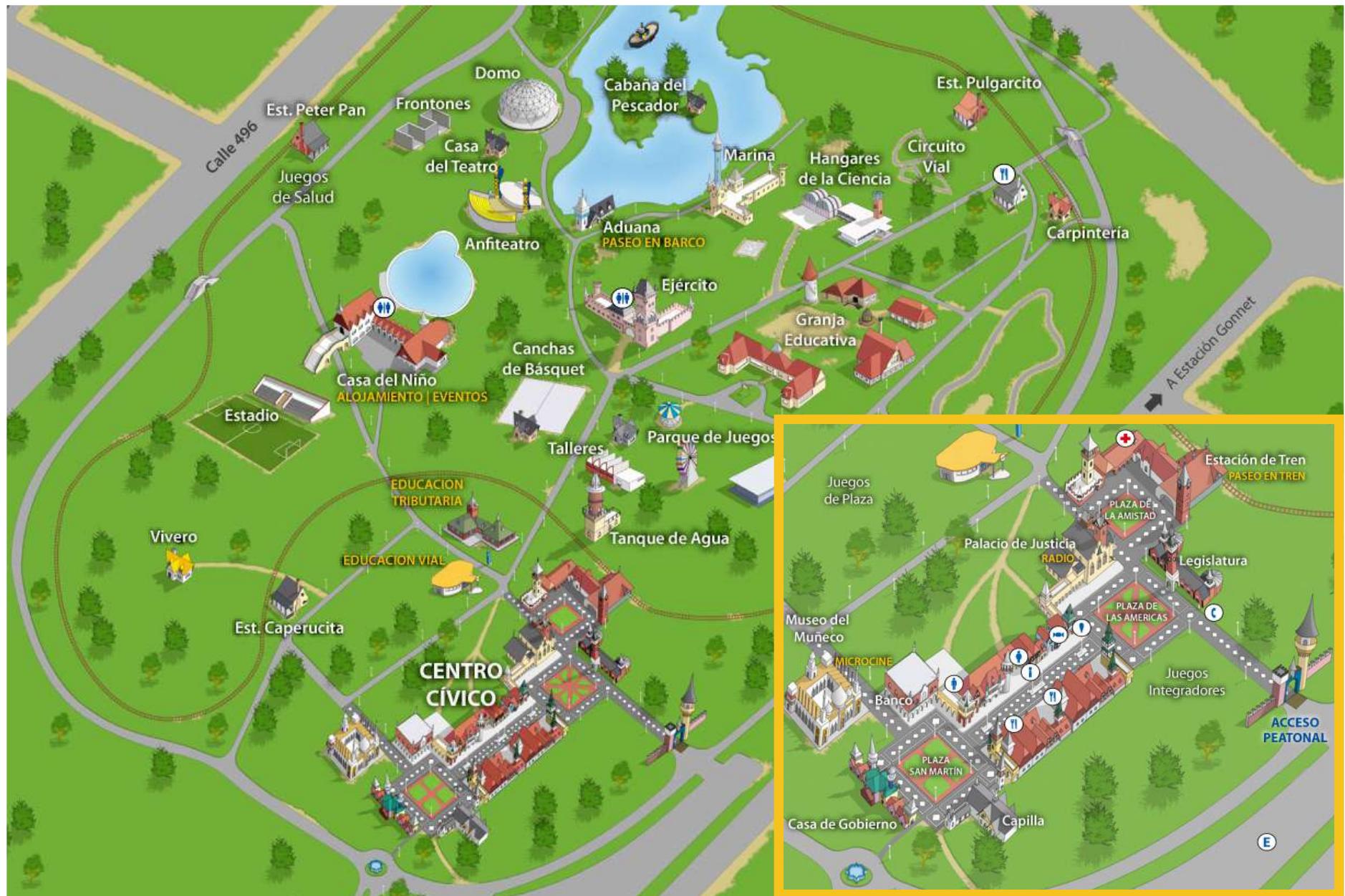
Parque temático de la Ciudad de La Plata
Mapa de orientación + promoción

En el contexto de una cátedra de la Universidad, se realizó una investigación acerca de las necesidades comunicacionales de la *República de los Niños*. Parte de este trabajo, desembocó en la realización de un proyecto para el parque temático.

Siguiendo los lineamientos gráficos del establecimiento, se desarrolló un mapa de orientación para ser utilizado tanto en los porta-banners existentes dentro del predio como en los folletos que se entregan a los visitantes.

También se solicitaron y banners de lona para promocionar a la República en distintos puntos turísticos y carteles de PVC con el logotipo de la Municipalidad de La Plata, para enfatizar su presencia durante el receso invernal.







Seminario Freudiano de Bahía Blanca Lacanoamericana 2009 (2008)

*Reunión de Psicoanálisis
Identidad + piezas promocionales*

Al ser seleccionado como ente organizador de la reunión de psicoanálisis, el *Seminario Freudiano de la ciudad de Bahía Blanca* llamó a concurso para dotar de una imagen al evento, y desarrollar un sistema de piezas gráficas de uso interno y con fines promocionales.

La propuesta del signo planteado retoma la cinta de *Moebius* empleada por Lacan para graficar sus teorías, uniendo a todo el continente americano y finalizando su recorrido en el sitio de la sede. Cromáticamente, se optó por una paleta fría, normalmente relacionada a las disciplinas de la salud mental.





Grupo Vertical (2007)

*Management de emprendimientos
Identidad + papelería básica + Animación*

Las necesidades comunicacionales de Grupo Vertical, una empresa de asesoramiento en emprendimientos inmobiliarios, abarcaron desde la generación de un signo que los identifique y promueva sus valores (*solidez/crecimiento*) hasta una animación interactiva para su difusión.

A su vez, se proyectaron diversas piezas gráficas tanto para uso interno (*carpetas, hojas membretadas*) como para ser emitidas por la empresa (*folletos, tarjetas personales*) o acentuar su presencia en la zona (*grafica vehicular*).



J.H.A.F Fruit S.R.L

16



J.H.A.F Fruits Divina Patagonia (2009)

*Manzanas Premium
Identidad + packaging*

El lanzamiento de un nuevo producto al mercado supone el desarrollo de un nuevo signo grafico. En este contexto, J.H.A.F Fruits, una empresa frutícola de Rio Negro, solicito una marca para su nueva categoría de manzanas Premium y asesoramiento en naming, sumado al diseño de etiquetas y cajas para empacar la fruta.

El hecho de que el producto tuviese un nombre apropiado de antemano, facilito la tarea de representar gráficamente sus valores, funcionando como disparador del pictograma generado.

Contemplando que se trata de fruta de exportación de alta calidad y coronando el proyecto, se propuso el anclaje “Sweet temptation”, en concordancia con una cualidad propia del producto y con la imagen quasi bíblica representada en la marca.

El proyecto incluyó el desarrollo de un signo grafico para la empresa madre (J.H.A.F), así como también su aplicación sistemática en tarjetas personales y cajas de empaque.



Noela (2010)

*Centro de cosmiatria
Identidad + aplicaciones básicas*

Noela skin care es un emprendimiento particular de cosmiatria, en el que se ofreció asesoramiento de naming y se desarrollo una identidad visual respetando los estándares gráficos del rubro en términos de cromaticidad y tratamientos formales, siempre procurando representar lo esencial del servicio ofrecido.

De este modo, el proyecto se apoya sobre componentes identitarios que remiten a la femineidad y lo orgánico; tal es el caso del pictograma de la flor, la textura de hojas y el fonograma gestual con terminaciones sinuosas.



Luisina Croceri (2010)

*Licenciada en Psicología
Identidad + aplicaciones básicas.*

La idea se apoya sobre el concepto de la "contención" como una de las situaciones existentes en la relación psicóloga-paciente; de manera más genérica, se referencia al cuidado de la salud mental, considerado como el rubro al que pertenece el pictograma.

Marcela Garona (2009)

*Ilustraciones & Dibujos
Identidad + web (flash) + aplicaciones básicas.*

La necesidad de la comitente, una profesora de dibujo y grabado, era tener un sitio propio en el cual se pudiera dar a conocer su experiencia y exponer sus trabajos. Para ello, se desarrollo una página con una galería interactiva y otras dos secciones, una para al perfil, su experiencia y formación; y una última destinada a las vías de contacto.

Estéticamente, la propuesta remite a una exposición pictórica antigua, clima logrado mediante el empleo de tipografías serif, ornamentos victorianos y texturas que se asemejan a maderas y lienzos tenuemente iluminadas. Como pieza complementaria, se diseñó la tarjeta personal manteniendo los lineamientos estilísticos propuestos para la interfaz del sitio web.





03 | Proyectos

Sección conformada por prácticos desarrollados durante los años de cursada, concursos y trabajos no materializados.

Infografía aplicada (2008)

Cátedra de Diseño en Comunicación Visual IV

Infografía aplicada al entorno arquitectónico (Coliseo Podestá)



Eje de la información

El eje central de la información es la vida de **José Podestá** desde su faceta artística lo cual incluye de manera intrínseca su relación con el circo, el teatro y más precisamente el "Coliseo Podestá".

De este modo su vida se representa segmentada, según fechas u eventos trascendentales, en una serie de seis piezas infográficas dispuestas sobre las paredes de ambas salas que componen el museo.

En cada pieza se establece un recorte cronológico acompañado por un título que alude a la temática y se destacan los hechos más relevantes sobre una línea de tiempo, aunque solo uno de éstos es desarrollado ampliamente mediante la incorporación de datos complementarios e información gráfica o volumétrica según el caso.

De esta manera, primero se sitúa al usuario en tiempo y lugar para luego inducirlo al tema específico.

Morfología

Se generó una composición con volúmenes geométricos simples, con predominancias curvas que desde lo semántico no solo se relacionan con las formas empleadas en el ámbito circense (*desde los recursos gráficos hasta el picadero, es una constante el uso de formas curvas*) sino que también induce al usuario a recorrerlos marcando, de pieza a pieza, el orden de la secuencia a través del espacio.

En el caso particular del continente desarrollado para esta sección, se tuvieron en cuenta ciertas relaciones espaciales y las sensaciones psico-físicas que estas proponen, que "invitan" al usuario a introducirse en un espacio semi-cerrado donde la situación de lectura cambia gradualmente. En algunos casos se emplean planos extrudidos, esto responde a dotar de mayor relevancia a determinada información (*es el caso de la bajada que forma parte de una secuencia de información y se la destaca, no solo a través de su tamaño sino también mediante el espesor de la placa que la contiene*).



Sistema de paneles móviles (2008)

*Cátedra de Tecnología en Comunicación Visual IV
Cartelera para exposición de trabajos prácticos*

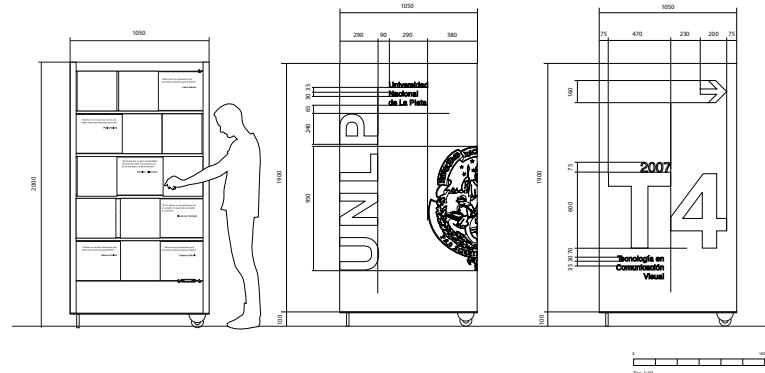
El desarrollo de esta cartelera persigue dos objetivos concretos, por un lado el de persuadir a los visitantes a ver la muestra de la cátedra de Tecnología en Comunicación 4 y por el otro, prefigurar una noción acerca de la disciplina de la comunicación visual.

Morfología y materialidad

La pieza se compone de tres prismas, dos de base curva y uno restante de base rectangular. Cada uno de los volúmenes se construye a partir de una estructura de acero laminado atravesada por un sistema de cables tensados. Estos cables funcionan como rieles sobre los cuales se desplazan placas cuadradas de fibrofácil con un hendidio en sus caras superior e inferior que facilitan su recorrido horizontal. Detrás del sistema de cableado se sitúa una plancha de Policloruro de vinilo (PVC) atornillada a los perfiles metálicos de la estructura actuando como soporte de información.

Contenidos

Inmediatamente detrás de cada placa móvil, se imprimen frases que transmiten, desde la visión de cada alumno, qué es el diseño. A medida que el visitante va desplazando cada placa, va encontrando definiciones que construyen una idea global acerca de la comunicación visual, la figura del diseñador y otras apreciaciones relacionadas a la disciplina.



Estructura

Se utilizan perfiles cuadrados de hierro de 50 mm de lado y 1,4 mm de espesor. Presentan perforaciones para permitir el paso del cable y la sujeción de distintos materiales.

**Plano interno**

Como soporte de las frases se emplea una plancha de policloruro de vinilo (PVC) de 3 mm. de espesor.

**Plano curvo**

Se chapa plegada de hierro carbonatado de 1 mm. de espesor atornillada a la estructura.

Rulemanes

Para facilitar el desplazamiento de la pieza se recurre a rulemanes en la parte inferior del volumen.

**Sistema de cableado**

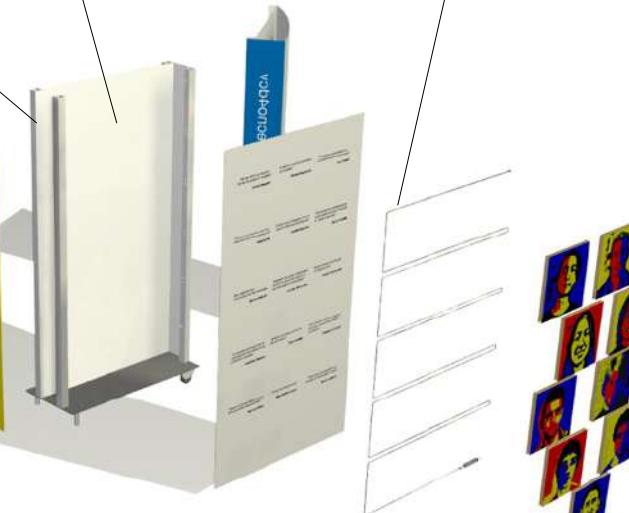
Los paneles se desplazan por un cable de acero que recorre toda la estructura a través de perforaciones.

**Paneles móviles**

Son placas de mdf con un hendidio en sus caras superior e inferior; sobre ellas se monta un papel estucado con la cara de cada alumno.

**Cobertor lateral**

Se emplean planchas de policloruro de vinilo (PVC), sobre las cuales se adhiere información en vinilo de corte.

**Sistema Tenso-cable**

El extremo superior del cable es amarrado a un pitón soldado a la estructura, mientras que en los extremos inferior, se ubica el sistema tensor.



Signos Laban (2008)

Cátedra de Diseño en Comunicación Visual IV
Sistema de signos pictogramáticos



24

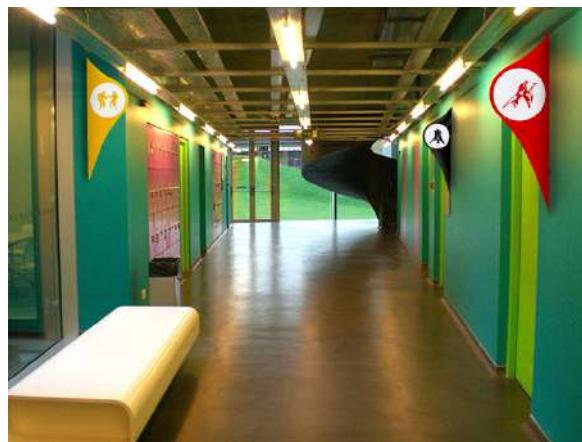
Función del signo

En este contexto, el signo interviene como reenvío en los espacios de transición (*hall, pasillos, descansos de escaleras*) y como localizador de las distintas salas de baile organizando y distribuyendo el flujo de usuarios que ingresa al establecimiento.

Lineamientos y objetivos comunicacionales

Considerando que cada baile presenta pasos y figuras (*posiciones*) características y que involucran estereotipos de bailarines definidos a través de su ropa, fisionomía, peinados y accesorios, se tomó como lineamientos constantes del sistema a la postura y la vestimenta.

Teniendo en cuenta las cualidades intrínsecas del baile se implementan como objetivos comunicacionales secundarios del sistema el movimiento, la plasticidad, el carácter, y la habilidad.



Contexto

Para el sistema de signos diseñado se toma como contexto el *Laban Center*, una importante escuela de danza situada en Europa.



04 | Casos de estudio

Problemáticas detectadas en la comunicación visual, principalmente abordando temáticas relacionadas a la identidad visual y la señalización.

Parque Municipal de los Deportes (2010)

Proyecto de graduación

Identidad visual + sistema de señalización

26



Identidad visual del Parque Municipal de los Deportes "Teodoro Bronzini" y desarrollo de la gráfica aplicada a su entorno urbano-arquitectónico; considerando su capacidad adaptativa ante la incidencia de gráfica temporal.

Considerando que Mar del Plata se posiciona como una ciudad altamente deportiva, característica perceptible tanto en la idiosincrasia de la gente como en el hecho de haber sido sede histórica de grandes acontecimientos deportivos de nivel internacional y cuna de deportistas de renombre; las numerosas instalaciones deportivas que presenta en su urbanidad cobran especial valor.

El desarrollo de la identidad visual del Parque Municipal de los Deportes persigue esencialmente dos propósitos. Contemplando el rol diferenciador de la identidad, la propuesta implica la idea de consolidarlo como uno de los escenarios deportivos más importantes de su categoría; en segunda instancia busca cohesionar y englobar al parque bajo una misma imagen, logrando que el parque sea interpretado como un espacio integral.

A partir del relevamiento de la situación actual, el análisis del espacio y la observación actitudinal de los diferentes usuarios, se ha desarrollado un sistema de señalización apto para funcionar en el interior y perímetro del Parque.

El problema identitario

Situación Actual

El origen del problema surge a partir de la aplicación de la identidad del Partido de Gral. Pueyrredón (zona de la que Mar del Plata es ciudad cabecera) a las actividades y espacios del Ente Municipal de los Deportes (EMDER), hecho por el cual el Parque Municipal, regulado por dicho ente, la emplea sistemáticamente en sus piezas de comunicación.



Esta aplicación de una identidad ajena no sólo debilita su presencia entre los predios deportivos a nivel local y nacional, sino que tampoco le permite ser concebido como un complejo deportivo integrado (*sus edificios son promocionados individualmente*).



Los lineamientos de la propuesta

En orden de resolver esta situación, se propone construir la identidad visual del parque bajo la premisa de realizar el perfil deportivo del parque, destacando su rol como ámbito integrador y apelando al movimiento y la vitalidad como conceptos esencialmente asociados a la actividad.

Necesidad de identidad

Los objetivos a los que apunta la concepción de una nueva identidad son, por un lado el de lograr una concepción unificada del parque, englobándolo bajo una identidad propia, y así ofrecerse ante el público como un espacio integral; por el otro, lograr una concepción diferenciada del parque respecto del EMDER y de otros recintos deportivos.

La Propuesta

El posicionamiento del Parque

Discursivamente, el Parque busca trazar un vínculo emocional con los usuarios desplazando la idea del deporte como ámbito meramente competitivo y exitista, recurso propio de las grandes marcas deportivas, que persiguen su legitimación haciendo énfasis en la actitud que debe asumir un deportista para vencer y subir a lo más alto del podio.

De este modo, se retoma la idea de inspirar sentimientos en el visitante, enalteciendo el aspecto saludable e integrador del deporte; una concepción más acorde al carácter municipal del parque y su rol en la comunidad.

Para concretarlo, se propone incorporar un lenguaje directo e informal conjugado con palabras propias del ámbito deportivo, considerando este último aspecto como la línea argumental que rige en el Parque.

Hechas estas observaciones y en remplazo del actual slogan "Sede de los mejores acontecimientos" y "el deporte en su lugar" se establece la siguiente frase de apoyo:

"Donde triunfan tus emociones"

Retórica de la imagen

Se opta por readaptar recursos que suelen emplear los parques temáticos en general, mostrando a sus usuarios en situaciones de uso propias del establecimiento, en lo posible con una actitud activa y destacando la integración y la emoción que despierta el deporte.



Marca

A partir de los objetivos comunicacionales establecidos se genera un signo pictogramático y un fonograma que desde su resolución formal, predominantemente orgánica y gestual, remite a los conceptos de movimiento y vitalidad; y desde la elección de sus referentes busca enaltecer el perfil del parque como escenario deportivo de trascendencia.



La gráfica aplicada al entorno

Diagnóstico y propuesta

La deficiencia de la gráfica aplicada al entorno tiene su origen en el hecho de haber sido concebida en función de eventos temporales (Panamericanos de 1995 y Mundial de 1978).

Esta situación, condicionó las intervenciones gráficas subsiguientes, limitándolas funcional y estilísticamente a una situación de uso determinada e impidiéndoles adaptarse a la reconfiguración que sufrió el recinto una vez finalizados dichos eventos.

En síntesis, la función del predio se redefinió y el sistema de señalización no acompañó ésta transformación.

28

Los lineamientos

Con el objeto de corregir estas falencias, se propone generar un sistema de señalización fijo que responda a la premisa de priorizar la adaptabilidad y racionalidad constructiva de las piezas. En adición, se propone desarrollar un criterio regulador que controle la incidencia de la gráfica temporal, y atenúe su impacto sobre la señalización fija.

En relación al concepto rector de la adaptabilidad, el sistema de señalización propuesto contempla la posibilidad de adecuarse a cualquier evento ajeno a las actividades propias del Parque; por el otro, y en concordancia con la racionalidad constructiva, el sistema concebido aboga por el empleo de materiales convencionales y por ende fácilmente asequibles en el mercado, persigue el equilibrio en la relación costo-durabilidad y adecua las dimensiones a formatos estándares en función de generar un mínimo desperdicio de material.

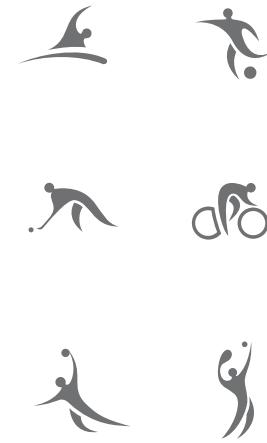
Funcionamiento del sistema

El sistema se articula a partir de distribuidores generales situados sobre el perímetro del predio, en los accesos principales, una secuencia de reenvíos múltiples sobre la arteria peatonal, localizadores primarios y secundarios fuera de cada escenario deportivo, y distribuidores y reenvíos múltiples secundarios sobre los caminos internos, incluyendo la arteria vehicular.

Como pieza complementaria se adiciona un porta afiche emplazado sobre los circuitos aeróbicos del Parque.

A nivel formal, la presencia de terminaciones curvas, tanto en continente como en contenido, responden a la necesidad de unificar el discurso identitario con el discurso morfológico.

La gran dimensión del recinto forzó a establecer como otra constante del sistema una escala considerable para las piezas, de modo que estas pudieran establecer un diálogo armónico con el entorno en el que se sitúan.



Sistema de signos

El sistema signico desarrollado para representar las actividades deportivas, retoma la estilística presente en el signo del parque. Respecto a al criterio de representación, se optó por recurrir a las posturas más reconocibles de cada deporte.







05 | Concursos

Los concursos no solo se consideran como un test para evaluar aptitudes del estudio sino también como una oportunidad concreta para facilitar proyectos gráficos útiles a la sociedad.

Museo de la Memoria de la Ciudad de La Plata (2004)

Muestra “Fotos Robadas, Imágenes Recuperadas”
Afiche promocional

En el marco de un nuevo gobierno con políticas orientadas a revalorizar los derechos humanos, la UNLP junto con el Museo de la Memoria organizaron un concurso de afiches para la muestra “Fotos Robadas, Imágenes Recuperadas”, una exposición de fotos apropiadas por la Dirección de Inteligencia de la Provincia de Buenos Aires y ahora recuperadas para la sociedad.

La resolución es una metáfora surrealista de lo que se consideró el objetivo central de la muestra, rescatar recuerdos (*las fotografías*) de un pasado oscuro (*un paisaje desolador*).





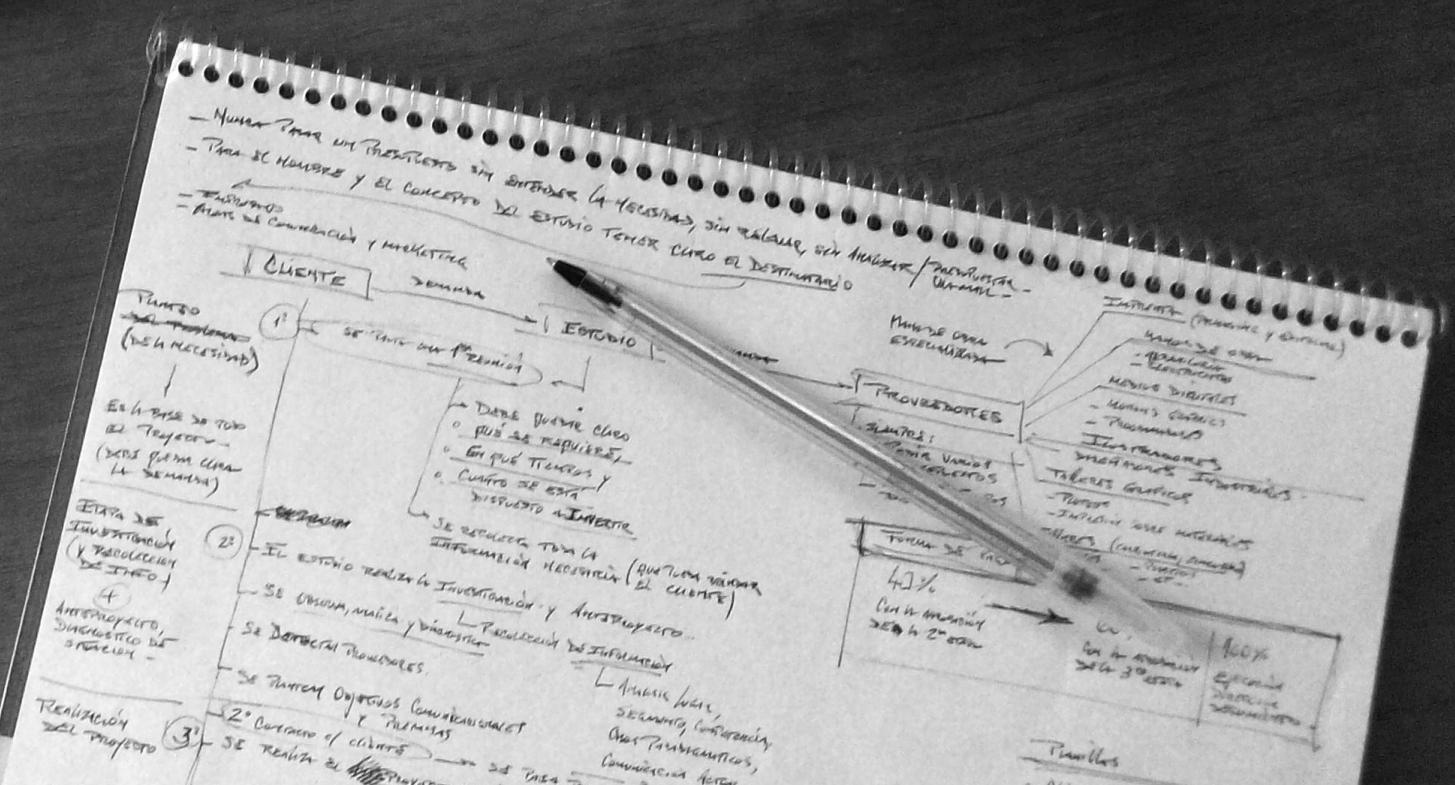
SantarelliStudio.com.ar

Contacto

(+54) 0221- (15) 5366100
santarelli@studio@gmail.com

Patagonia - Argentina

Contacto | Medios



Santarelli studio.com.ar