

PLAZA DE LA REMONTA

Proyecto de comunicación
gráfica.
Diseño integral y gestión de la
imagen.

RAQUEL SALIDO BERDUN



INTRODUCCIÓN

MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS

GRÁFICA APLICADA

ANEXO

4

19

29

44



HISTORIA



Casa de dos plantas típica de principios del XX, en la calle Hierbabuena con Algodonales, Tetuán.
(Foto: Enrique F. Rojo, 2008)



Distrito: Tetuán.
Barrio: Valdeacederas
Cruces: Calle de Bravo Murillo, calle Capitán Blanco Argibay, calle Azucenas y calle Müller

Valdeacederas se caracterizan por su trama estrecha de calles sin apenas espacios libres. La Plaza de la Remonta es singular en cuanto a dimensiones y amplitud, lo que la convierte en uno de los lugares más identitarios y utilizados por la población residente en el distrito.

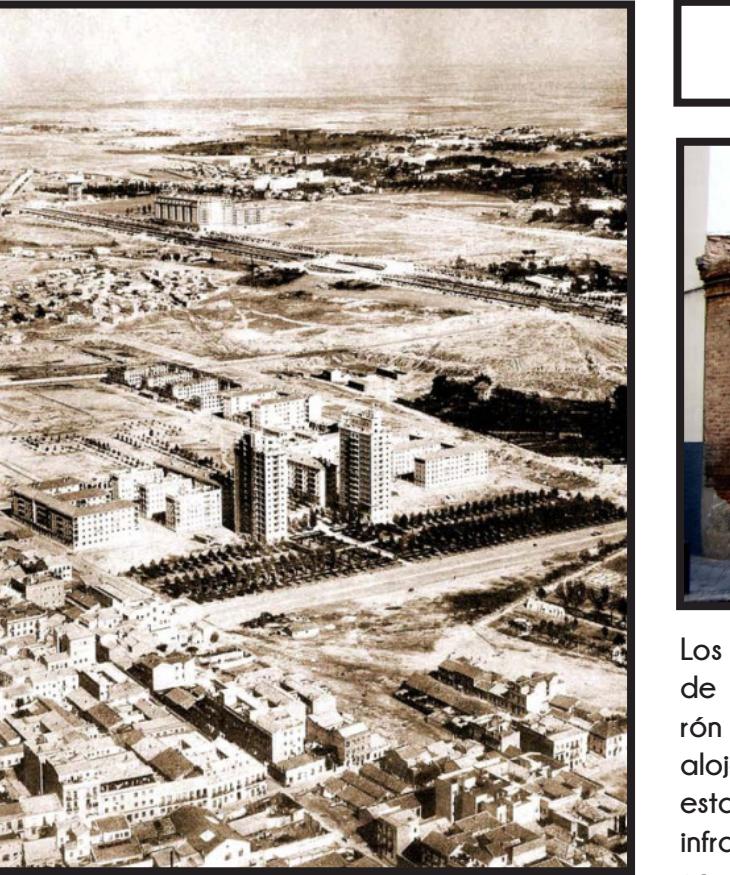
Con un pasado emocionante como plaza de toros, frente en las guerrillas, siempre ha sido una plaza militarizada hasta ser ahora sede de la policía, la reforma actual se inauguró en 1987 como un gran complejo que reunía un instituto, un centro de mayores y 132 viviendas de promoción pública, un centro comercial y un aparcamiento subterráneo con 140 plazas.

La plaza es fruto de una operación de reforma anterior al Plan General de 1985 sobre unos terrenos ocupados por el cuartel de la Remonta. Se quería crear un 'centro dotacional y de espacios libres' para el barrio y una actuación de promoción de vivienda pública y privada. Así, desde su origen, está concebida como un lugar central.

Se trata de la plaza porticada más grande de Madrid. Sobre un solar de 28.000 metros cuadrados, el proyecto preveía una explanada de más de 11.000 metros cuadrados, lo que convertiría a la de La Remonta en la plaza porticada más grande de Madrid.

Tetuán contaba entonces con 166.309 habitantes, cifra que supera en cerca de 14.000 el número de vecinos actual. Las informaciones de la época coincidían en señalar la infravivienda como el principal problema del distrito, algo que se pretendía paliar con proyectos como éste o con la atascada rehabilitación de La Ventilla y Valdeacederas.

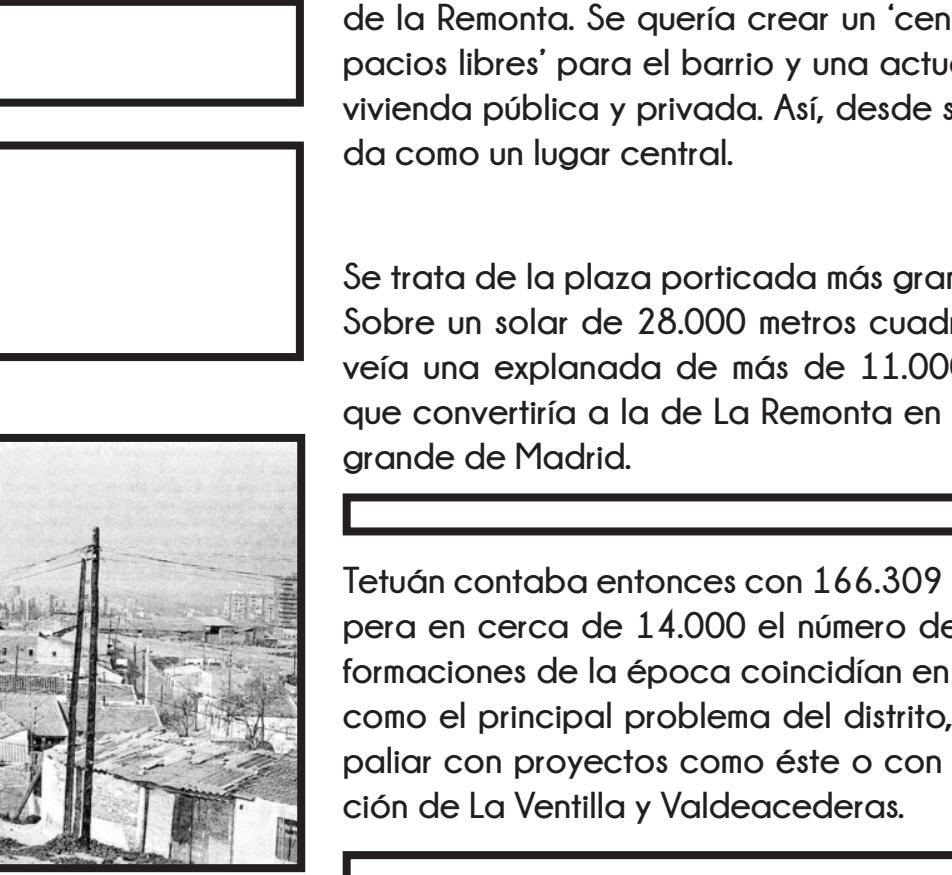
En la actualidad dispone de usos comerciales y dotacionales, comisaría, centro de salud y centro de mayores, así como una pequeña zona ajardinada.



Perspectiva del Suburbio de Cuatro Caminos, 1945. En el tercio superior izquierdo vemos el Paseo de la Castellana y a su derecha el bloque de edificios "Corea".



Los arrabales de Madrid soportaban el peso de los suburbios alrededor de todo su cinturón periférico. La escasez y la carestía de los alojamientos en el centro urbano empujaban a esta población hacia estas zonas baratas sin infraestructuras. Se emplazaban en los márgenes de los caminos y pronto se formaron barriadas compuestas por un desordenado tejido de casas y calles estrechas. La foto es de una vivienda baja en la calle Pedro Barreda. (Foto: Enrique F. Rojo, 2008)



Chabolas y chozas en el límite de La Ventilla con Valdeacederas en los años setenta, al final de la calle de Pinos Alta, con el Barrio del Pilar de fondo".

SITUACIÓN DE PARTIDA

La mayor plaza porticada de Madrid no es la Plaza Mayor: se llama La Remonta, apenas recibe turistas y es el auténtico punto de encuentro del Distrito de Tetuán, el barrio más barato dentro de la M-30 con más de 150.000 habitantes.

La decadencia de esta enorme explanada a dos pasos de la Plaza de Castilla es interminable: desde hace bastantes años, el lugar está salpicado de socavones donde los niños se entretienen con los cascotes y los ladrillos; los coches de la Policía Nacional aparcan impunemente en el coso, ocupando un tercio del espacio; y la única zona ajardinada está abandonada y mal iluminada. Un solaz en declive que necesita una reforma urgente.

Desde el cambio de gobierno, el Ayuntamiento de Madrid ha abortado dos procesos para reformar la plaza, en 2015 y 2016. Ahora impulsan un tercero dotado de más dinero.

Los habitantes del barrio han sido defraudados en múltiples ocasiones con supuestas reformas que nunca llegaron. El estado de la plaza es una preocupación latente en el barrio.

Es necesaria una campaña publicitaria para comunicar a los vecinos que al fin tienen la plaza que tanto han anhelado y luchado por conseguir.

La remodelación de la Plaza de la Remonta es fruto de la lucha y la cooperación vecinal, la muestra de que juntos, realmente podemos conseguir lo que sea.

LA CIUDAD



DISTRITO DE TETUÁN

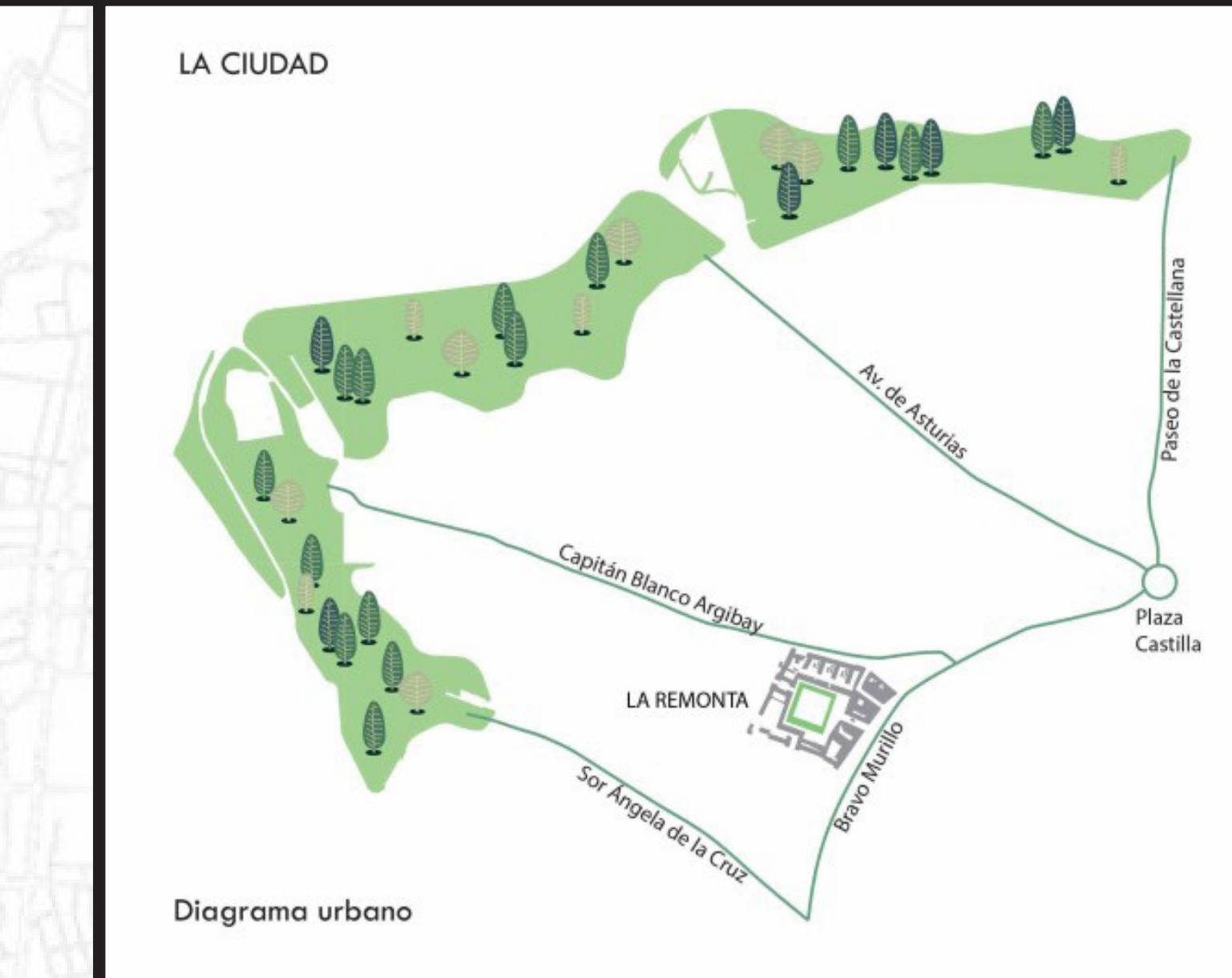
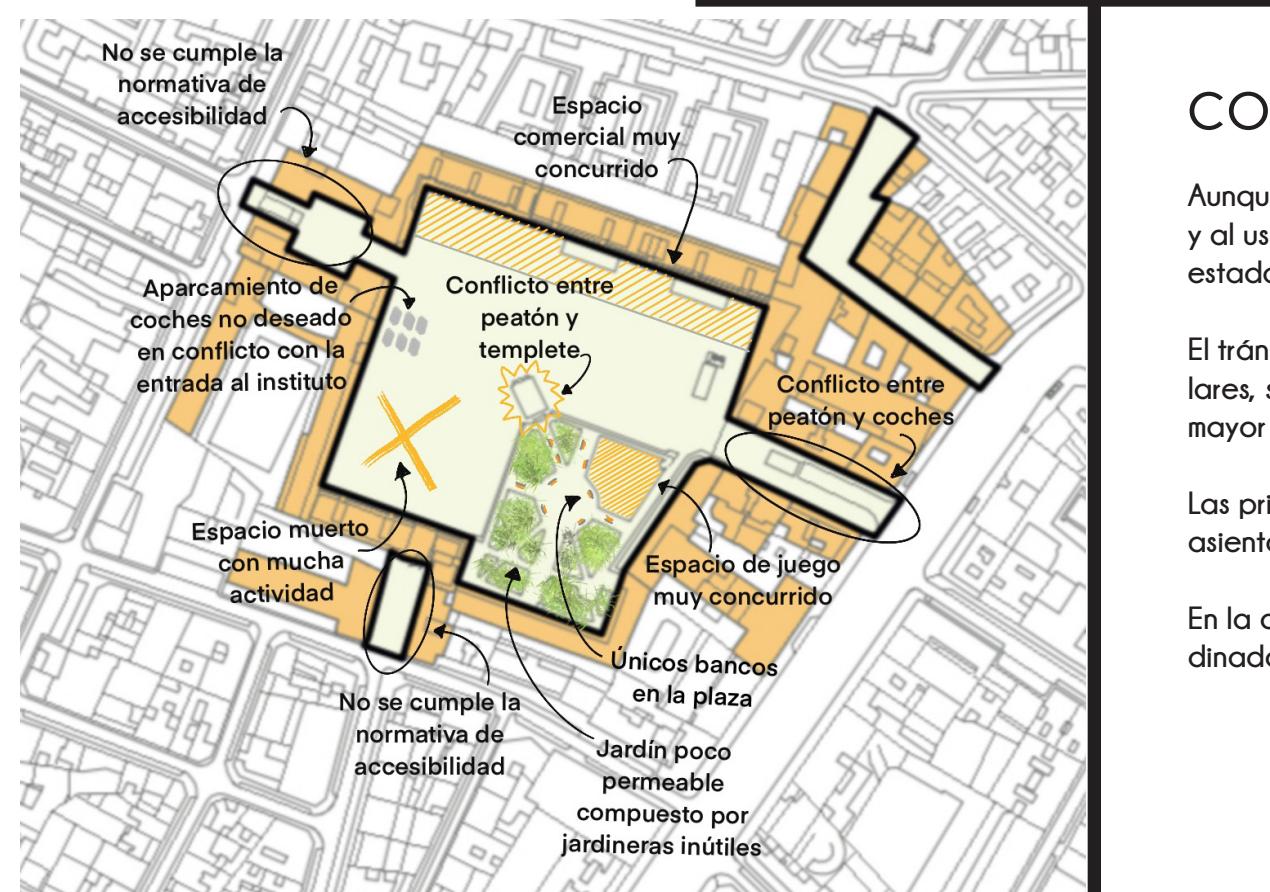


Diagrama urbano

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL



PROBLEMÁTICA:

Lesiones físicas evidentes en pavimento: Durante el Pleno de julio del año pasado, el grupo Ciudadanos reveló que había contabilizado -y fotografiado- hasta 68 socavones en el recinto.

A día de hoy la plaza presenta graves lesiones físicas que dificultan el tránsito y el acceso a la población más mayor del distrito.

Solazo achicharrante

Confluencia entre zona peatonal y tránsito de coches

Aparcamiento de coches tanto de civiles como policiales

La circulación por la plaza es ingrata dado que no dispone de ninguna sombra a no ser que hagas el recorrido por los soportales alargando así el camino.

La única zona con asientos se encuentra en un frondoso parque donde apenas hay iluminación.

La Plaza de la Remonta se incluye en el concurso de proyectos para proceder a la repavimentación y para replantear sus condiciones ambientales y su funcionalidad. (Fuente?)

OPORTUNIDAD:

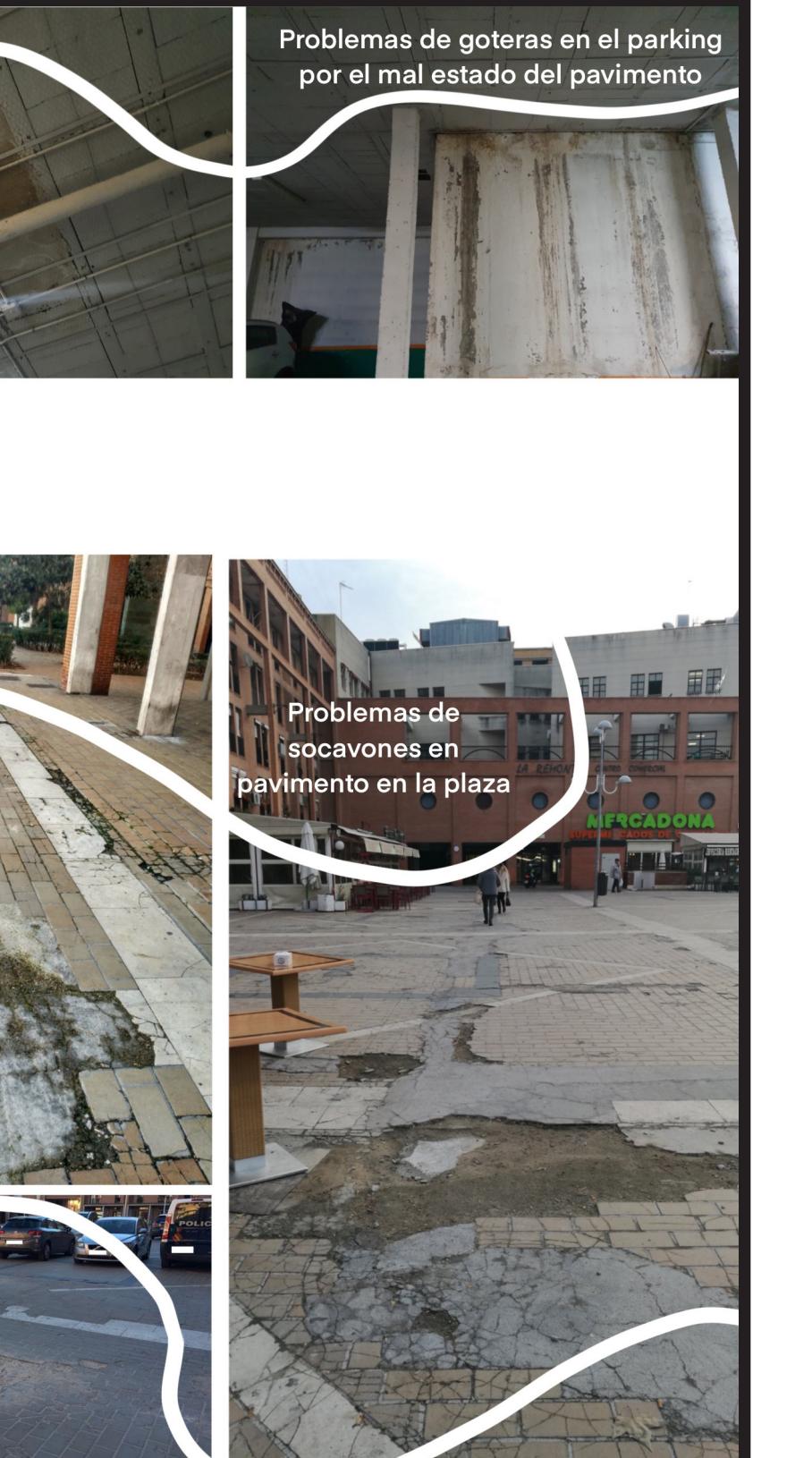
La plaza posee un gran potencial dada la cantidad de actividad que alberga pero a su vez esta presenta muchos problemas tanto en la morfología de la plaza como en el desarrollo de las actividades.

El mal estado de la pavimentación ha llevado a los vecinos a solicitar su mejora, por lo que se plantea remodelar la plaza con el beneplácito y la colaboración de los vecinos.

Aportar soluciones con mayor presencia vegetal en la propia plaza como en las plantas bajas de los edificios que la conforman

Pensar en sus funciones, tanto para un uso frecuente y cotidiano como para usos más esporádicos para fiestas del distrito o mercadillos.

Accesibilidad peatonal desde los pasajes y calles que rodean la plaza

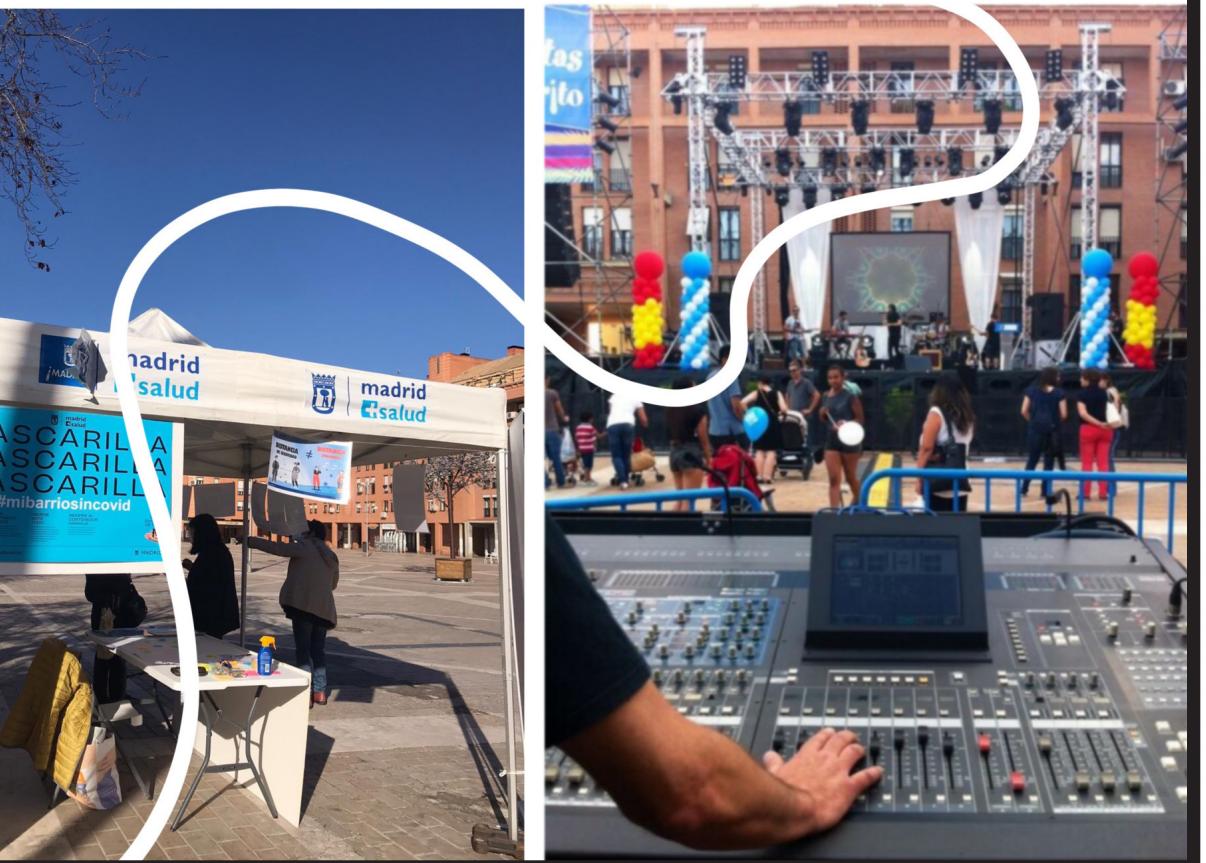
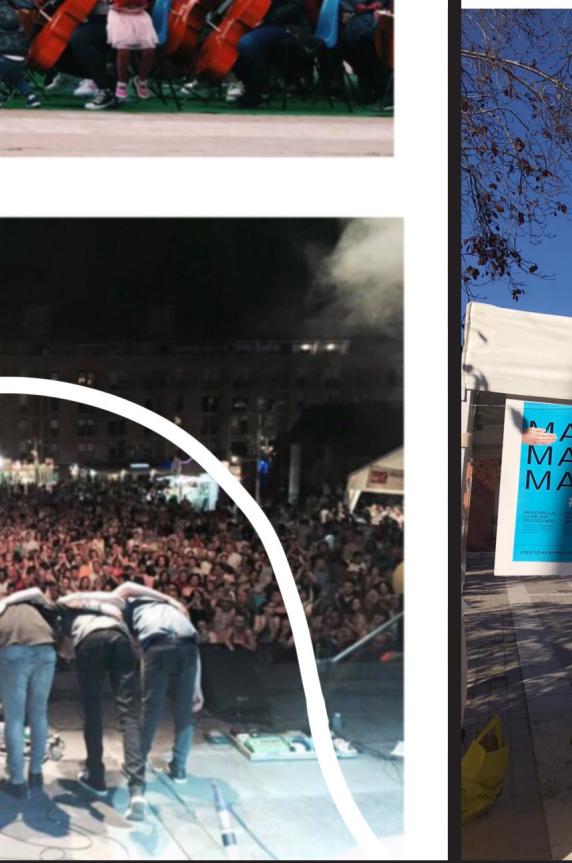
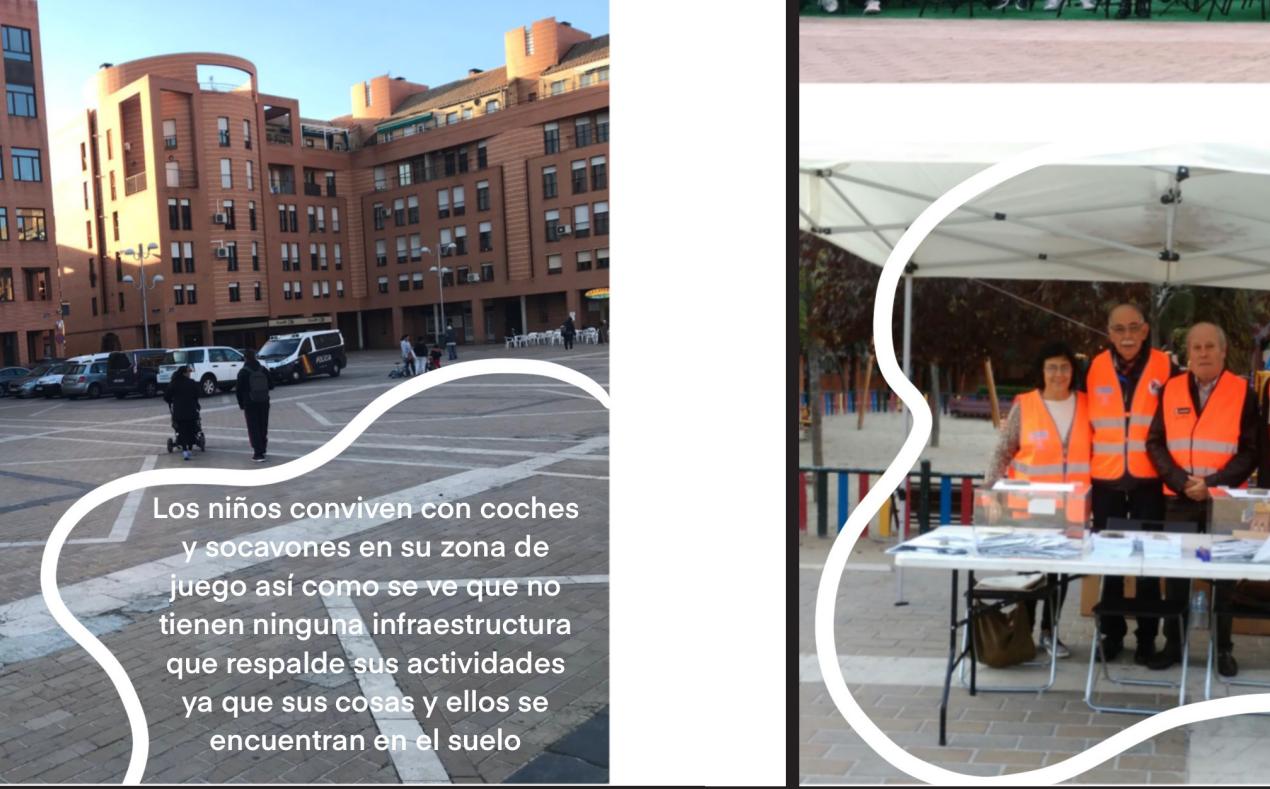
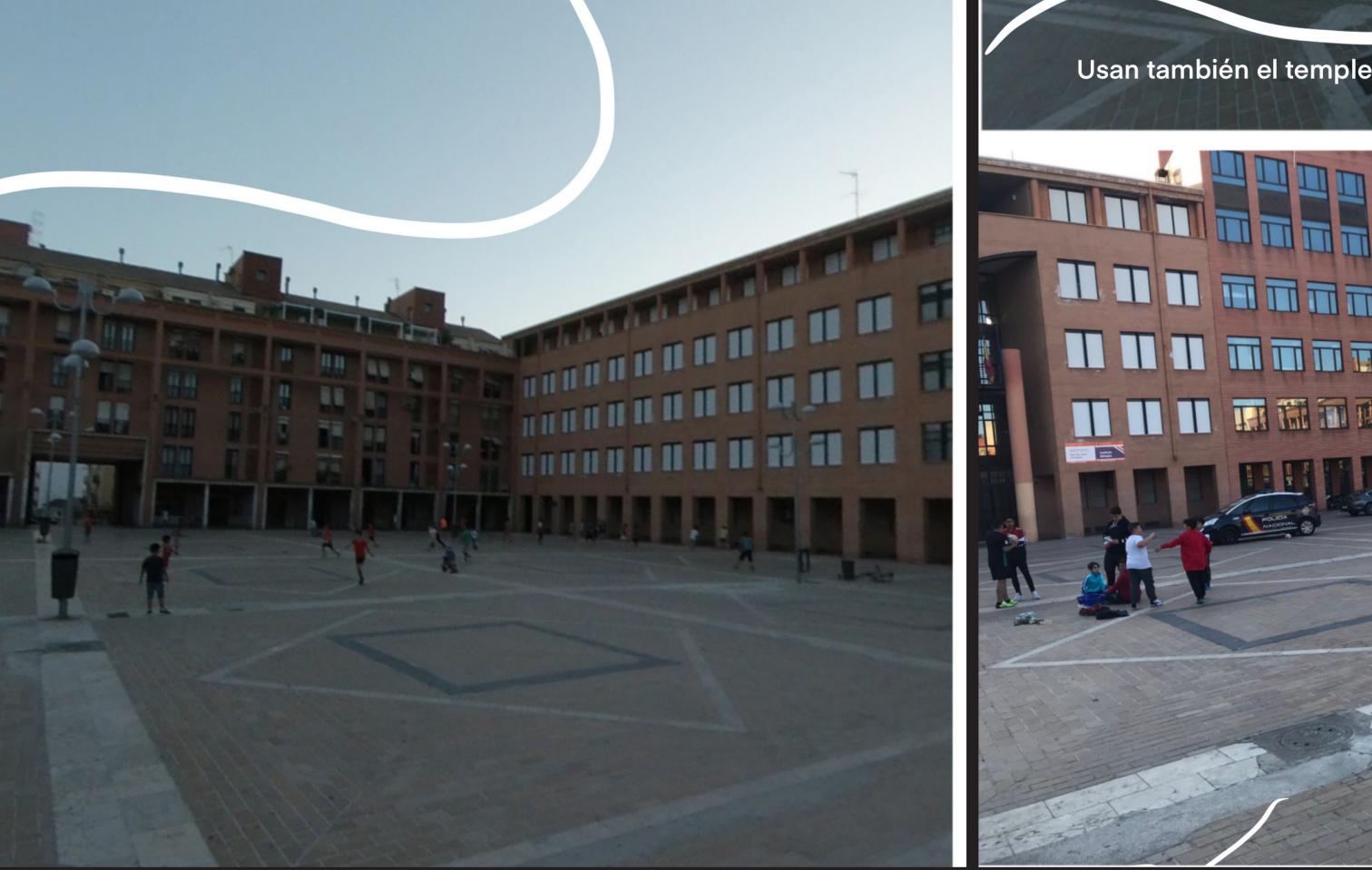


PROBLEMÁTICA

Problemas de goteras en el parking por el mal estado del pavimento

Los accesos a la plaza no cumplen la normativa de seguridad y se encuentran en estado deficiente

Problemas de socavones en pavimento en la plaza



LA REMONTA ELEGIDO POR LOS VECINOS Y ASOCIACIONES DEL BARRIO COMO PUNTO DE REFERENCIA PARA EVENTOS, EXPOSICIONES Y EL LUGAR IDÓNEO PARA CONECTAR CON LOS VECINOS DEL BARRIO

1000

TARGET

En general nuestro proyecto esta destinado al uso y disfrute de los vecinos del barrio, trabajadores de la zona y cualquiera que decida acercarse a la plaza independientemente de su sexo, edad o condición. Ya que se trata de un espacio público situado en la capital está abierto a la visita de cualquiera.

- Personas con gusto por el ocio al aire libre
- Personas que les gusta pasear
- Personas que disfrutan pasando tiempo en espacios agradables
- Personas románticas con gusto por lo estético
- Personas abiertas a participar en actividades organizadas
- Gente comprometida con el barrio
- Personas abiertas con ganas de socializar y ampliar sus círculos.
- urbanitas
-

En particular nos dirigimos a los más jóvenes y a los más mayores, los grupos de edad más polarizados, ya que son estos los que más acuden a la plaza a actividades concretas, ambos grupos guardan similitudes tanto en el uso del espacio como en actitud. Ambos grupos de edad acuden a la plaza no tanto por iniciativa propia si no por necesidad ya que se encuentran en ella las dotaciones necesaria para su enriquecimiento

Es en la plaza y en los lugares a los que acuden donde ambos grupos desarrollan sus interacciones sociales. Los niños acuden al parque infantil, los adolescentes al instituto y los mayores al centro de mayores y sus jardines.

Se dirige la campaña a grupos tan dispares de edad con el fin de llegar al espectro de edad comprendidas entre jóvenes y mayores, osea adultos, por proximidad a cualquiera de estos grupos atendiendo a los mensajes con los que mas identificados se sientan.

- Habitantes de los alrededores de la plaza y el barrio.
- Gente que no dispone de espacios amplios en sus casas o lugares de trabajo.
- Exploradores urbanos que aman descubrir lugares nuevos en la ciudad.
- Familiares o acompañantes de personas dependientes a las que beneficia el ocio al aire libre
- Jóvenes que acuden al instituto y pasan sus recreos en la plaza y desarrollan vida social en el barrio.
- Ancianos que acuden al centro de mayores y/o a la zona ajardinada de la plaza.
- Niños y sus familiares que acuden a jugar a la plaza.

INTENCIÓN URBANÍSTICA

La intervención urbana en la Plaza de la Remonta pretende crear un amable espacio de convivencia en el punto más nevrálgico de Tetuán. Su delicado tratamiento del espacio, contrastará con la imagen de plaza dura que los vecinos estaban acostumbrados a ver.

Anteriormente la plaza no tenía visibilidad en la ciudad y con este proyecto se pretende dar proyección al barrio.

Generar una experiencia para todos aquellos que acuden y pasan por la plaza para no ser indiferente a nadie y convertirla en un lugar de referencia al que volver.

Para los exploradores urbanos que pasean y recorren la ciudad buscando sitios y experiencias nuevas. Esos cazadores de rincones interesantes entre grandes bloques de hormigón.

La plaza de la remonta marcará la entrada a un gran barrio, ecléctico cuanto menos, por descubrir.

Comunicando de una manera misteriosa a la vez que delicada se pretende incitar al público a descubrir más por su cuenta y explorar las posibilidades de la zona.

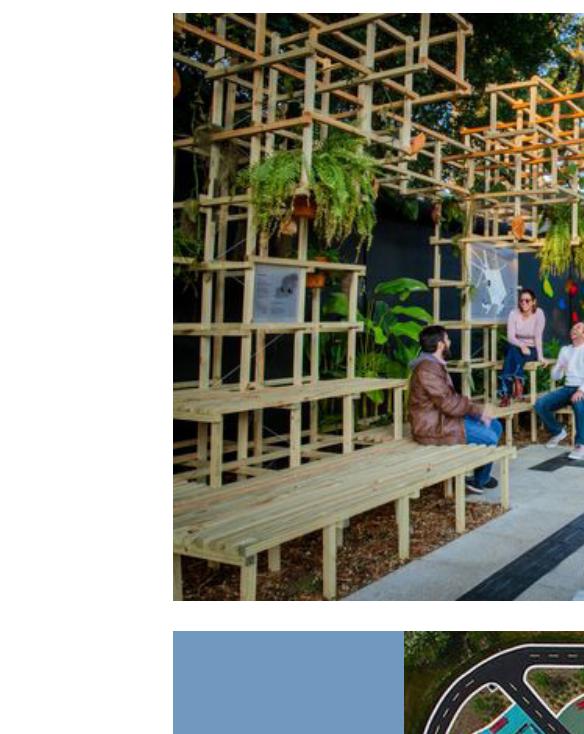
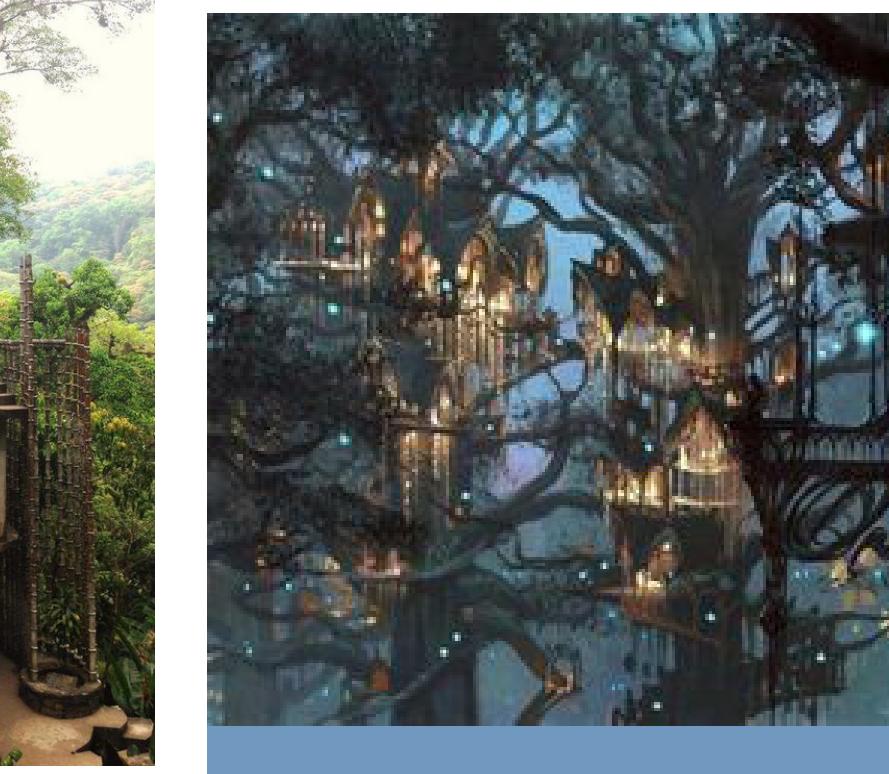
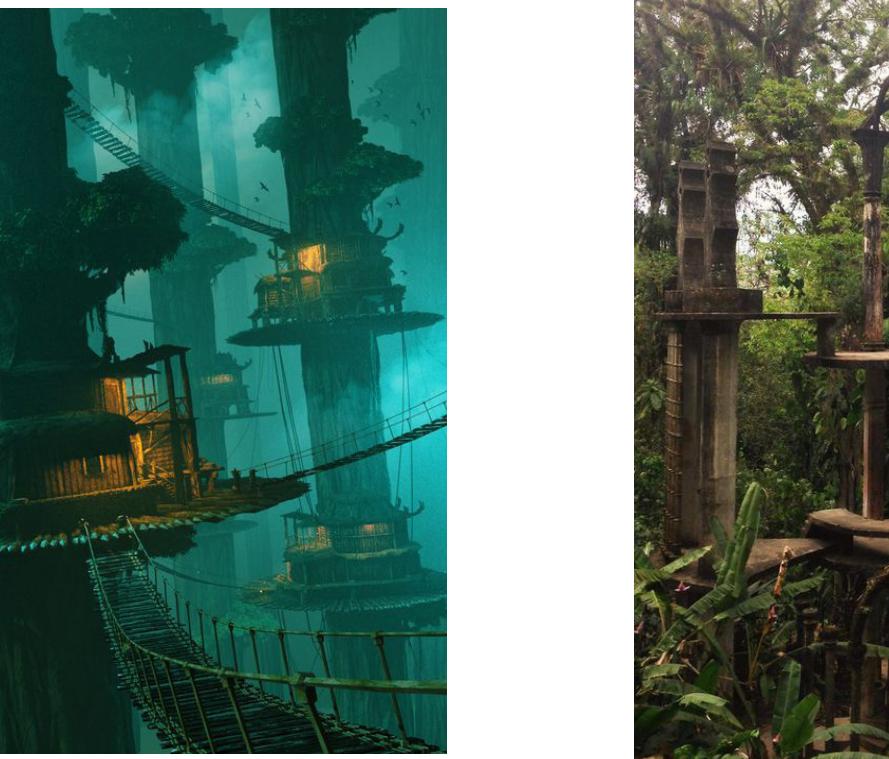
Despertaremos así ese lado aventurero de los urbanitas exploradores



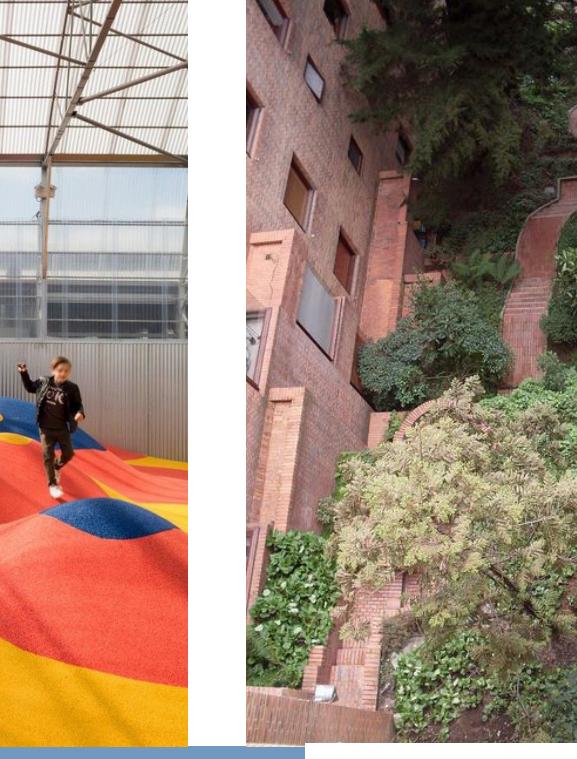
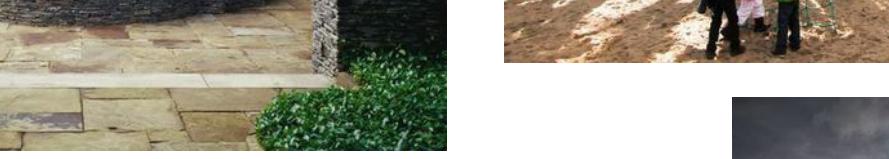
QUE TE HAGA SENTIR ESPECIAL, EN TU CUENTO DE HADAS

EL ESCENARIO PERFECTO PARA TU OBRA

FANTASÍA URBANA, NO VENGAS QUÉDATE



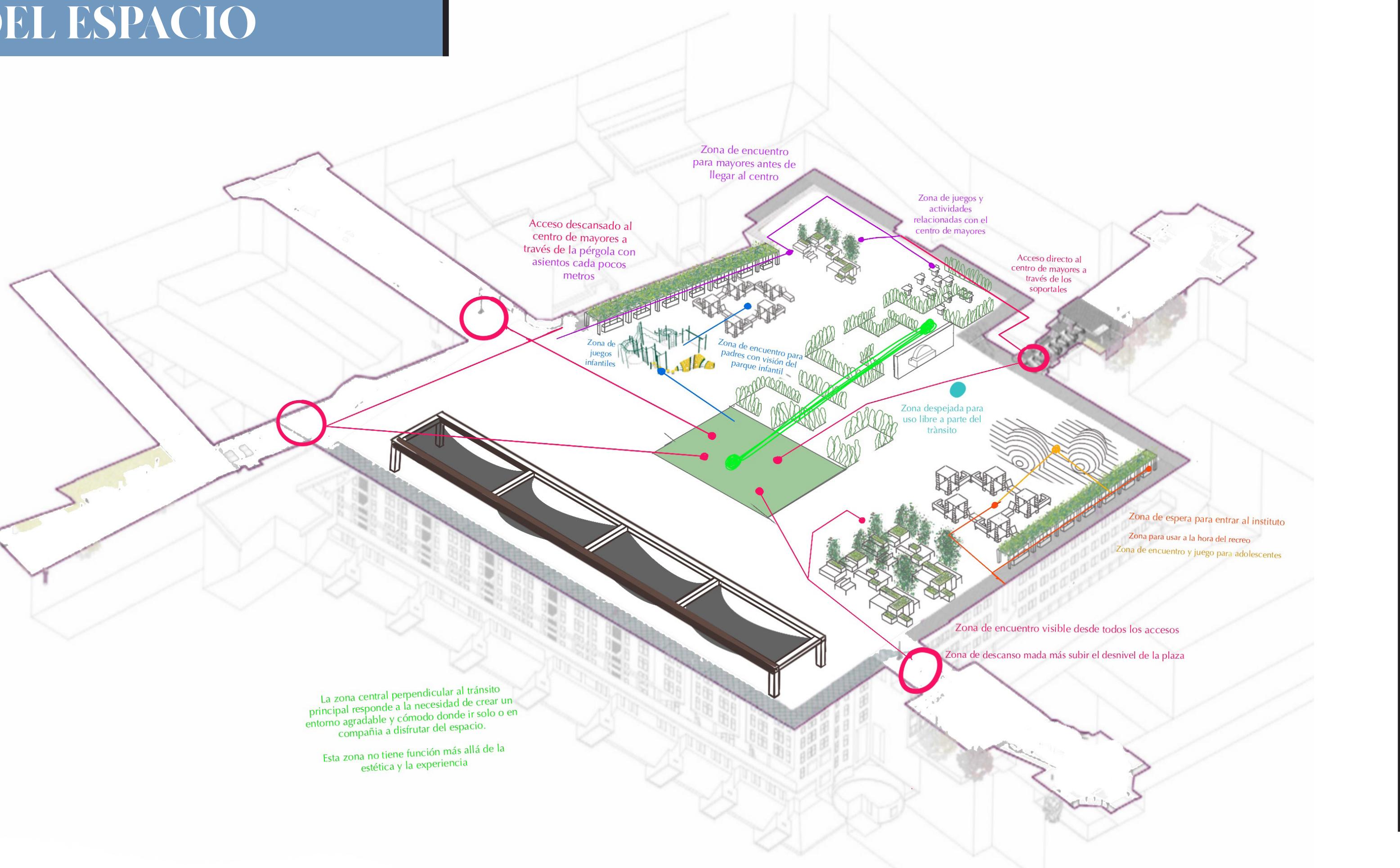
INSPIRACIÓN IDEA FUERZA



I
N
S
P
I
R
A
C
I
Ó
N

A
R
Q
U
I
T
E
C
T
U
R
A

FUNCIONAMIENTO DEL ESPACIO

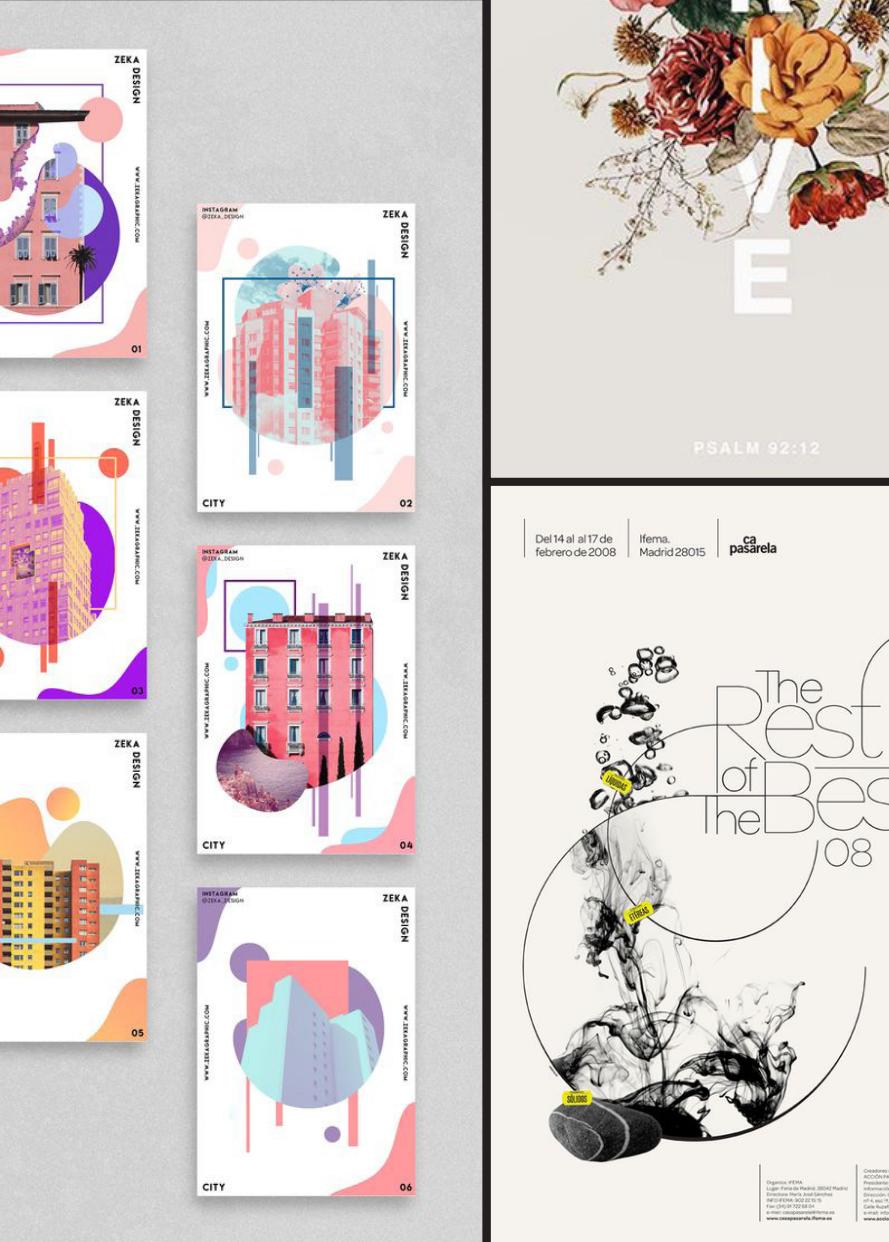
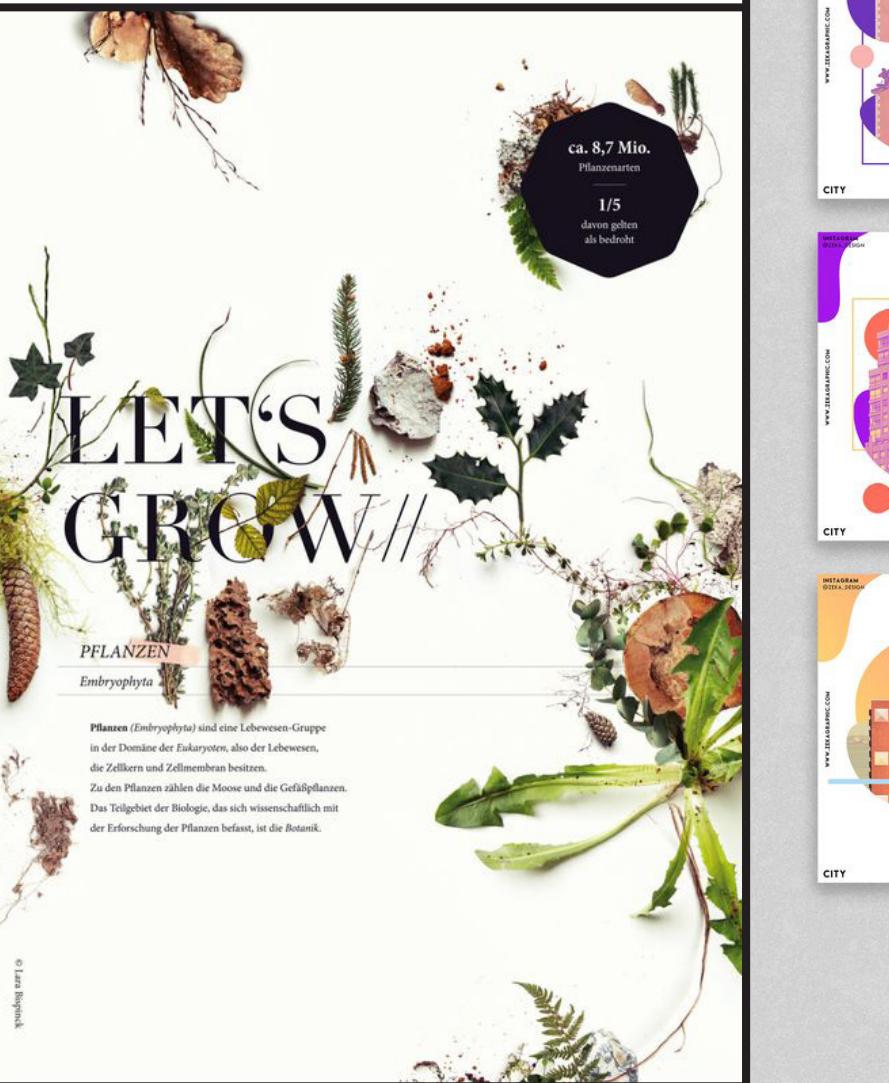


INTENCIÓN GRÁFICA

La idea fuerza del proyecto es crear un lugar por descubrir, apelando al espíritu aventurero de cada uno se le invita vivir la aventura de explorar el lugar. Así mismo el espacio tiene ese carácter romántico que toda aventura necesita. Ese es el premio, es decir, el bien estar personal y la satisfacción de encontrarte en un lugar agradable es el gran descubrimiento final.

Para conseguir plasmar estas intenciones se ha inspirado en las ideas humilde de los bosque que podemos encontrar en los cuentos de fantasía que suelen ser quienes crean las aventuras más románticas y visualmente atractivas. Por eso la gráfica mezcla esas dos líneas de emociones, la aventura y el romanticismo, calando así con ambas ideas en nuestro público principal, los más mayores que apreciaran la belleza del romanticismo y los más jóvenes que empatizarán con la idea de vivir aventuras.

INSPIRACIÓN GRÁFICA



INSPIRACIÓN LOGO



MISIÓN

Somos un grupo de creativos enfocados en mejorar la calidad de vida en los barrios interviniendo espacios públicos deteriorados. Creando entornos agradables y espacios seguros accesibles para todo el mundo.

VISIÓN

Demostrar que el acceso a espacios públicos seguros y agradables fortalece la calidad de vida de los barrios.

Mejorar la vida cotidiana de la gente

ARQUETIPO

Queremos inspirar deseo de libertad, autenticidad, atrevimiento, individualismo e inconformismo.

Nuestro objetivo final de posicionamiento es ser recordado, asociado o mencionado en la cotidianidad de los usuarios y generar conciencia de marca para lograr destacar en el mercado.

ARQUETIPO EXPLORADOR: "Hay que vivir la vida con plenitud"

Mostramos un gran deseo de descubrir el mundo, sus novedades, no estar atado a los lazos de la sociedad y dejar ir el aburrimiento de la vida cotidiana.

INTEGRIDAD, RESPONSABILIDAD, LIDERAR CON EL EJEMPLO.

Sostenibilidad:

Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente

Accesibilidad;

Crear espacios tranquilos, de desconexión a los que acudir para mejorar tu estado de ánimo ya que no todo el mundo dispone de espacios amplios donde desenvolverse ni en casa ni en el trabajo.

APRENDIZAJE, SEGURIDAD, DESARROLLO HUMANO.

Diseño para todos:

Teniendo siempre presente sus necesidades y el contexto del que estas nacen para poder trabajar desde la raíz de su anhelo.

PASIÓN, COMPROMISO, CIUDADANÍA

Comunicación Proactiva:

Mantener abierto el diálogo con el público al que nos dirigimos. Utilizar un discurso y un lenguaje visual accesible y claro para todos los niveles.

OBJETIVOS DE PUBLICIDAD

1. Devolverle la ilusión a la gente tras la desconfianza generada por las anteriores intervenciones
2. Generar interés por la plaza como lugar representativo
3. Acerar entre si las múltiples generaciones del barrio que visitan la plaza
4. Poner en valor los beneficios de los espacios públicos de calidad
5. Recuperar la identidad e historia tanto del barrio como de la plaza
6. Generar interés en la zona como un buen lugar para vivir
6. Anunciar la llegada del proyecto de remodelación tan esperado

MENSAJE

Principal

Un lugar de todos y para todos al que acudir tanto cuando quieras estar solo como relacionarte con gente, en definitiva, un lugar de confianza

Secundarios

Los beneficios de una vida activa en el barrio, fuera de casa, y de participar en actividades en grupo.

La remonta como gran apertura de las calles del barrio a la ciudad

Lugar representativo símbolo de orgullo y unión vecinal

Mostrar la remodelación de la plaza como una victoria de los vecinos del barrio

TONO DE VOZ/ ESTILO

Conciso, legible, coloquial, genuino, atractivo, directo, expresivo, orientado a la acción

Que sea atractivo y fácil de entender para interiorizar que te haga sentir directamente interpelado

COLABORACIÓN, COMUNIDAD, PARTICIPACIÓN, CIUDADANA, UNIÓN

MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA

CONSTRUCCIÓN

ÁREAS DE EXCLUSIÓN Y TAMAÑOS MÍNIMOS

BLANCO, NEGRO Y ESCALA DE GRISES

TIPOGRAFÍA Y CROMATISMO

VARIACIONES

ELEMENTOS GRÁFICOS E ICONOS SOCIALES

ARQUITECTURA Y USOS INCORRECTOS

EMPAREJAMIENTO Y COLOCACIÓN

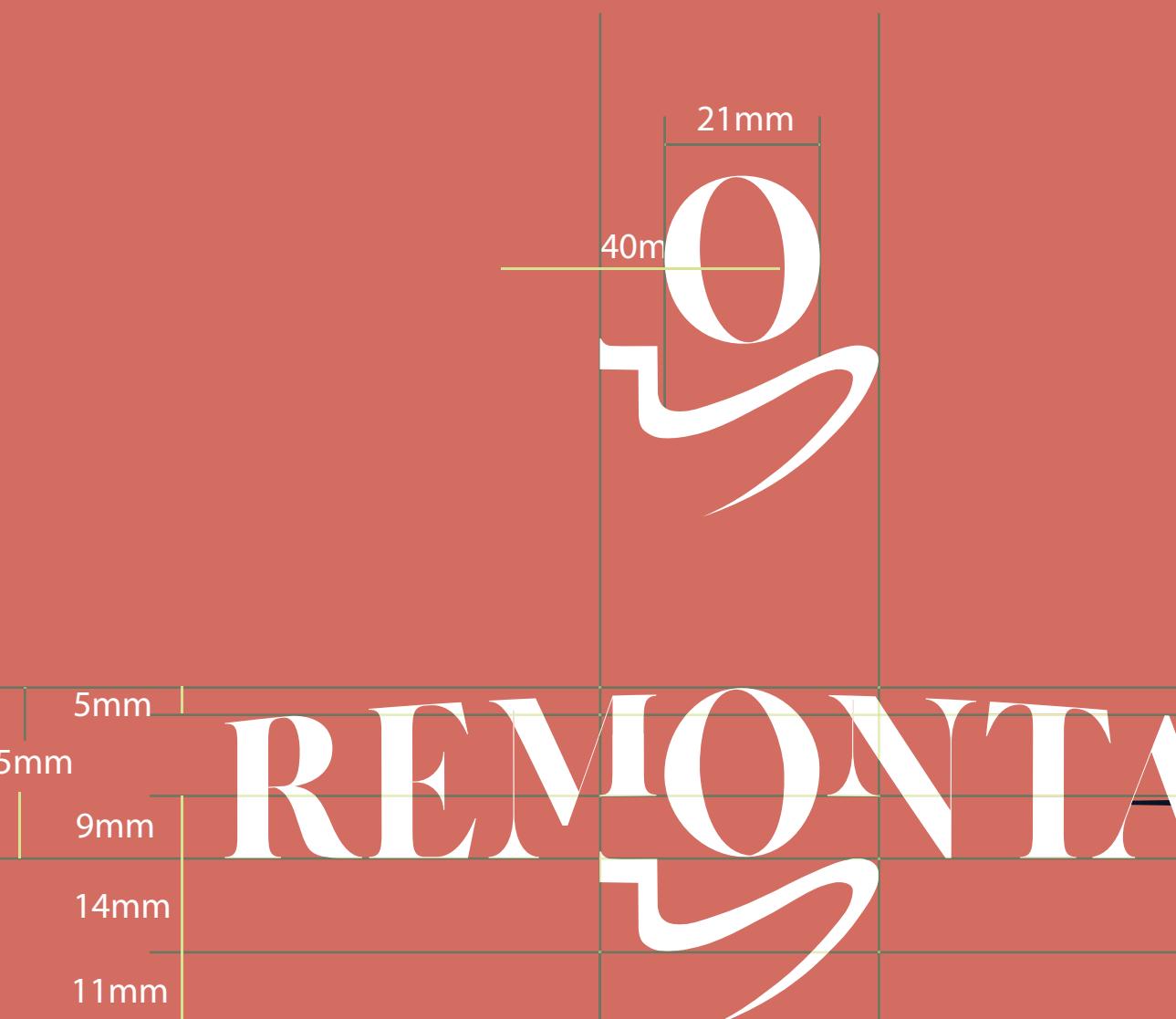
CONSTRUCCIÓN

REMONTA

El imagotipo guarda relación con el isotipo ya existente sobre el mercado aunque se módica totalmente su forma. El logo permite ser descompuesto en 2 variantes que se ven en esta primera página, Del isotipo se puede sacar el imagotipo al separar la O y su dibujo inferior convirtiéndose así en otra identidad paralela.

Este isotipo en todas sus variantes pretende convertirse en un símbolo de orgullo y de estatus. Su tipografía con serifa le da el carácter romántico que buscamos y con las modificaciones aplicadas al texto junto con el dinamismo del garabato que lo sustenta incitamos a vivir la experiencia de conocer el lugar.

La composición del logo hace referencia al nombre de la plaza, "remonta", Habiendo elevado las patas de la M y la N simulamos la subida por una escalera que nos lleva a nuestros fines y metas. A esto se le suma la dirección ascendente del garabato que al sustentar el texto te indica que no estas solo en la subida, que tienes un apoyo.

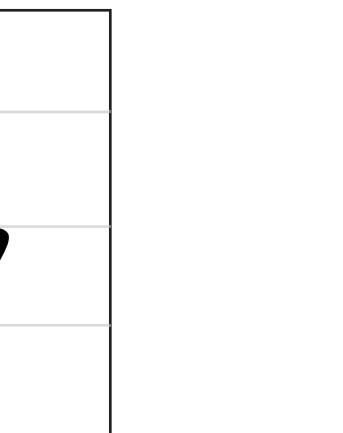
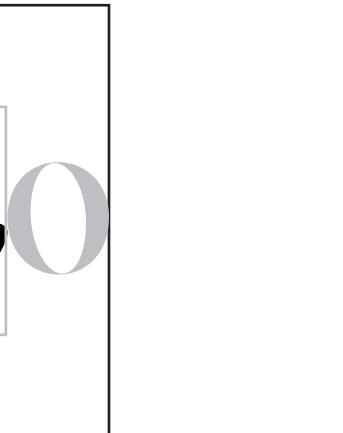


ÁREAS DE EXCLUSIÓN

REMONTA

OREMONTAO

REMONTA



TAMAÑOS MÍNIMOS

20%
40%
60%
80%
100%

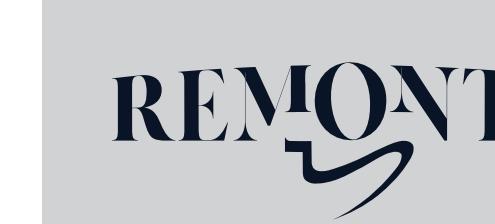
24mm
2'4cm
68px
REMONTA
10mm
1cm
28px
REMONTA
REMONTA
REMONTA
REMONTA

20%
40%
60%
80%
100%

4mm
0'4cm
11px
10mm
1cm
28 px
REMONTA
REMONTA
REMONTA
REMONTA

ESCALA DE GRISES

BLANCO
Y NEGRO



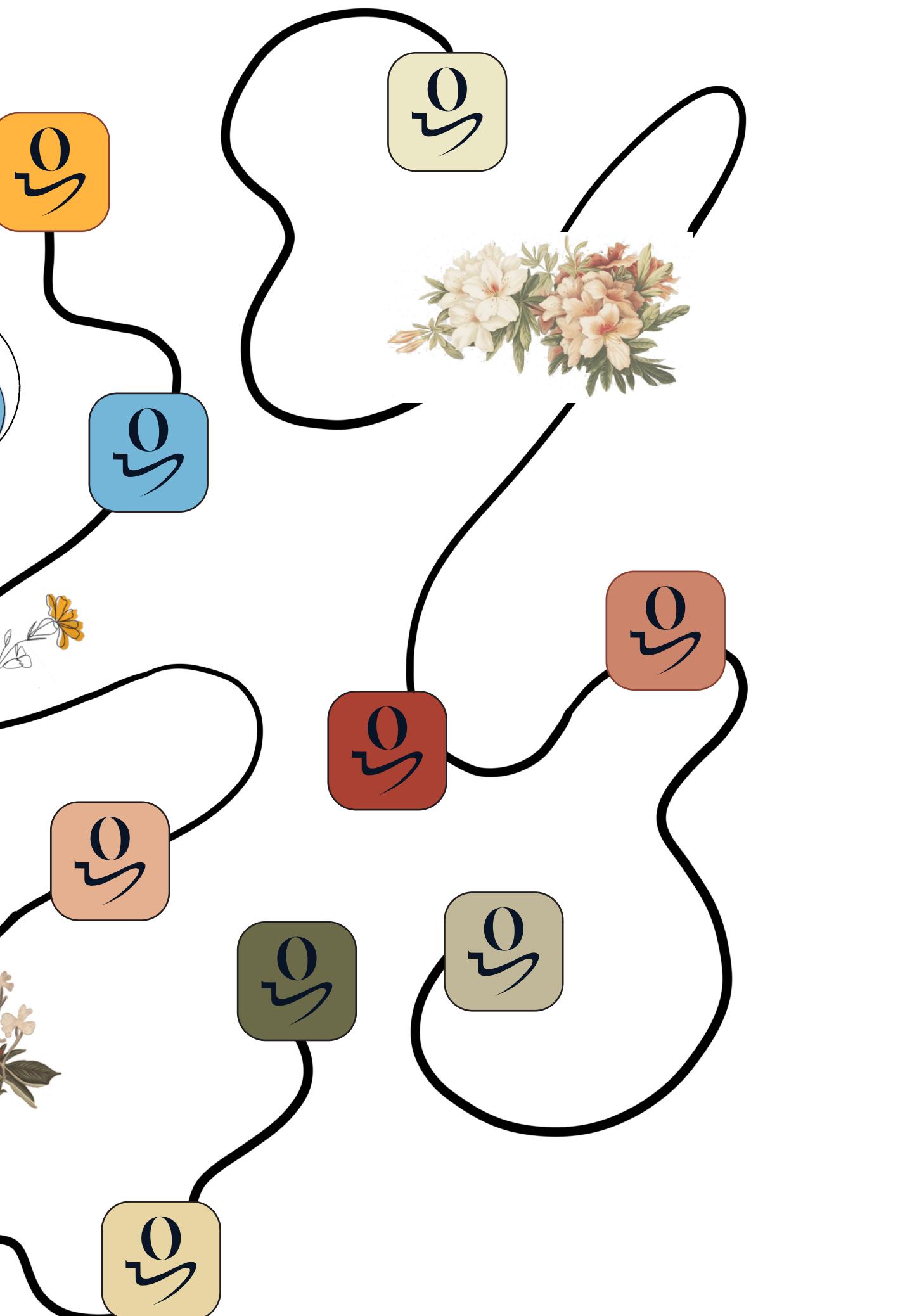
VARIACIONES DEL LOGO

Estas variaciones responden a la necesidad de dar a la plaza una imagen menos institucional y más romántica.

Haciendo así el lugar más atractivo y trasladando al espectador la intencionalidad arquitectónica de la reforma.



ESQUEMA DE CROMATISMO Y ELEMENTOS GRÁFICOS



ICONOS SOCIALES

ICONOS EN REDES



PORTADAS EN REDES



ARQUITECTURA

USOS INCORRECTOS



REMONTA

✗ El logo ha de ir siempre acompañado por el garabato que lo sustenta

* A excepción de la baraja de cartas ya que se trata de un diseño ornamental sin valor de identidad. Nunca en otro caso.

REMONTA

✗ No manipular, modificar o estirar el logotipo



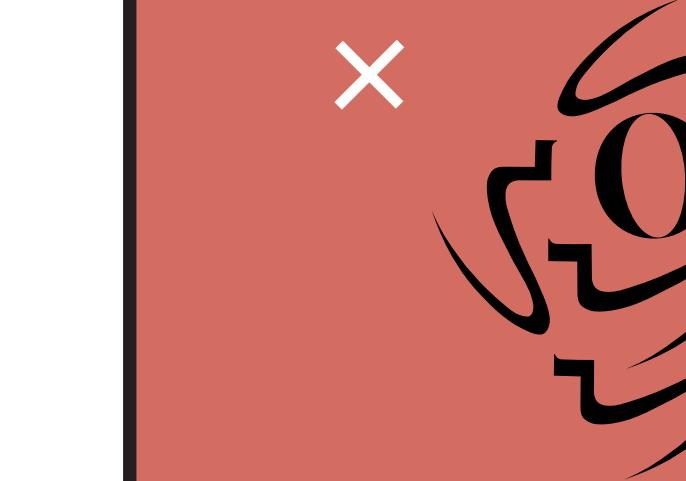
No dar color al isotipo, en todo caso al fondo del mismo.

REMONTA

✗ La forma ascendente y descendente de las letras ha de formar una curva no una escalera

REMONTA

✗ No modificar las formas preestablecidas para las letras que componen el logo



Presentar el isotipo en solitario
No suturarlo con otros elementos de diseño aunque estos formen parte del diseño gráfico de nuestra marca

* A excepción de la baraja de cartas ya que se trata de un diseño ornamental sin valor de identidad. Nunca en otro caso.

EMparejamiento

REMONTA

REAL JARDÍN
BOTÁNICO

REMONTA

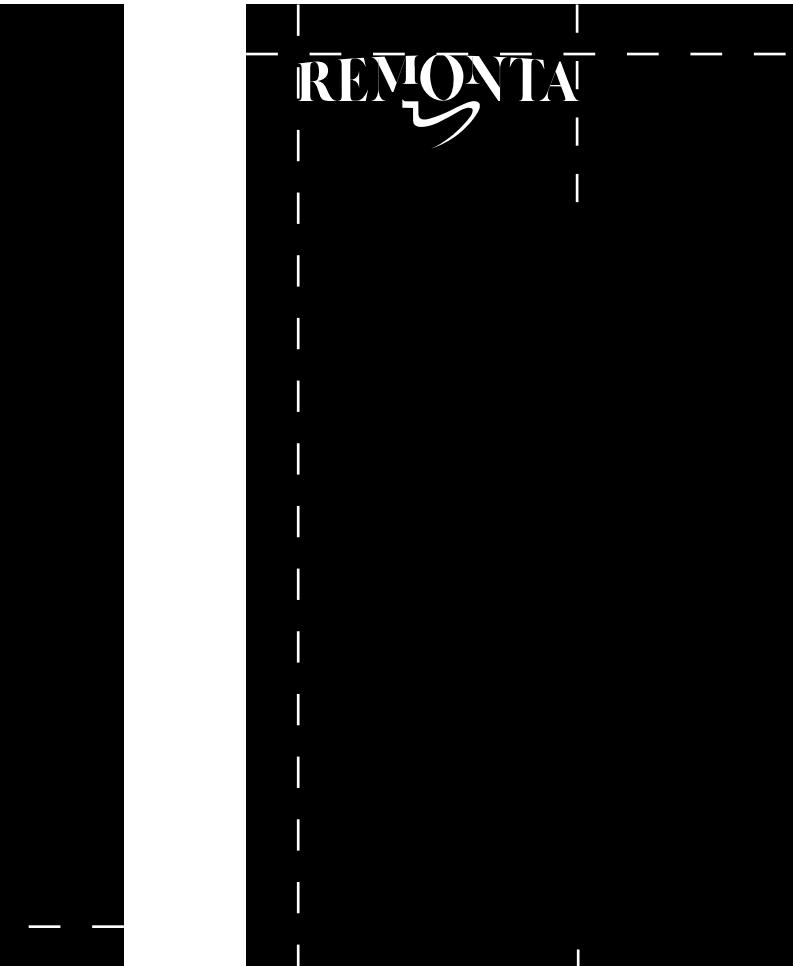
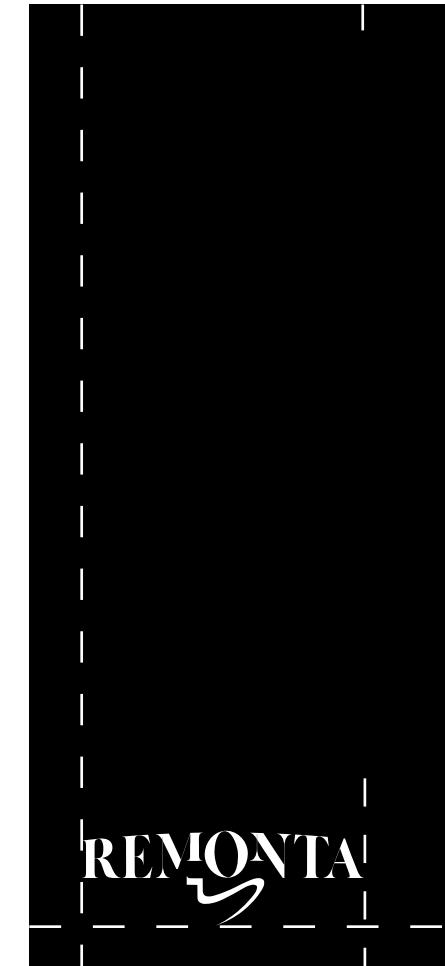
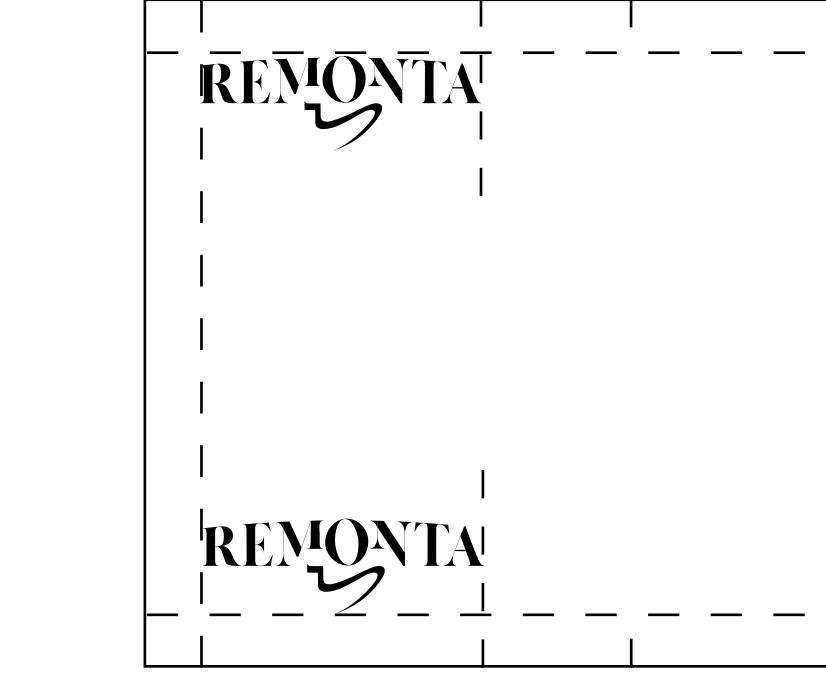


REMONTA

MERCADONA



COLOCACIÓN DEL LOGO



APLICACIÓN GRÁFICA

EN LA PLAZA
GRÁFICA PERSUASIVA
GRÁFICA NO PERSUASIVA
MULTIMEDIA

EN LA PLAZA

Soporte: Vinilo adhesivo para
exteriores
Dimensiones: 50 x 160cm
Impresión: Impresión digital.

ORNAMENTAL

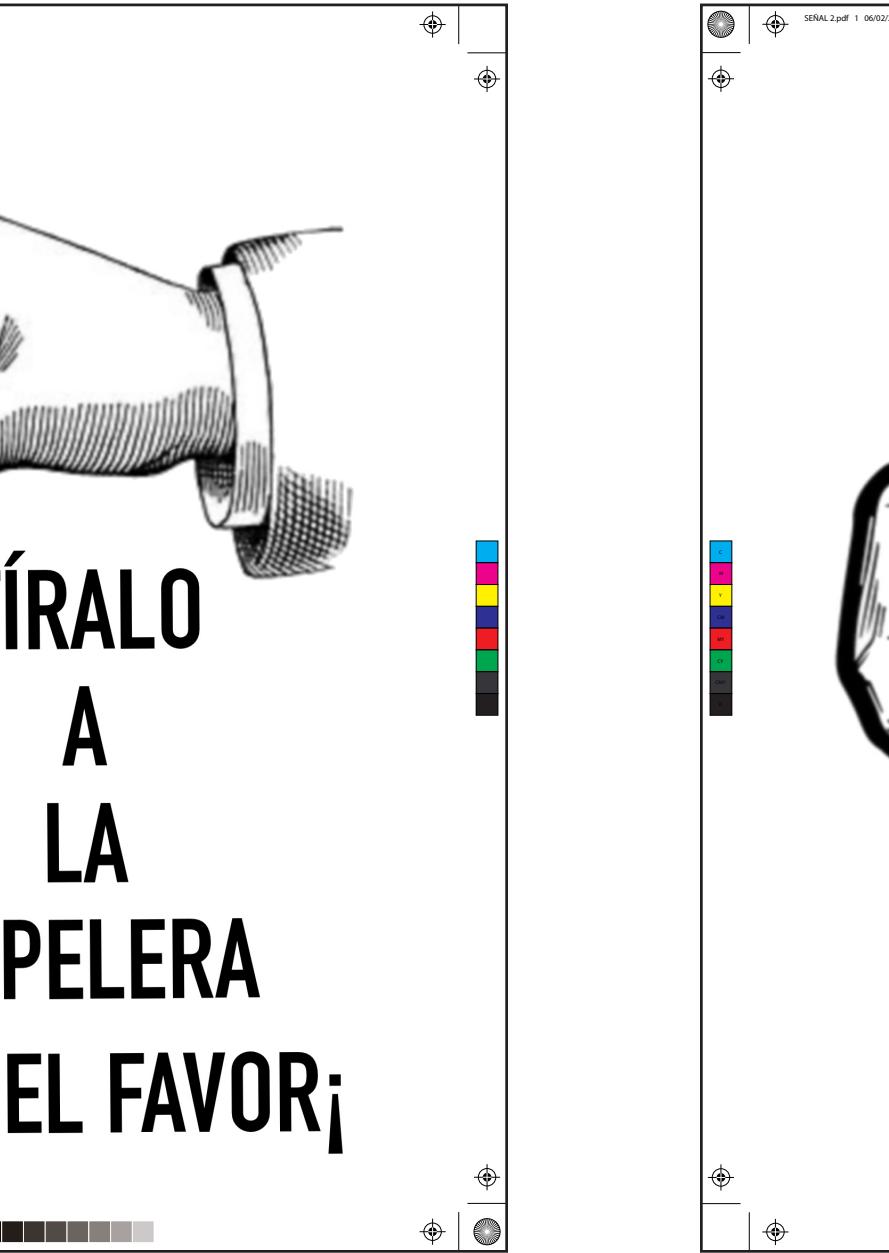


Soporte: Vinilo adhesivo para exteriores
Dimensiones: 120 x 260cm
Técnica: Spray sobre plantilla
Material: Pintura plástica para exterior



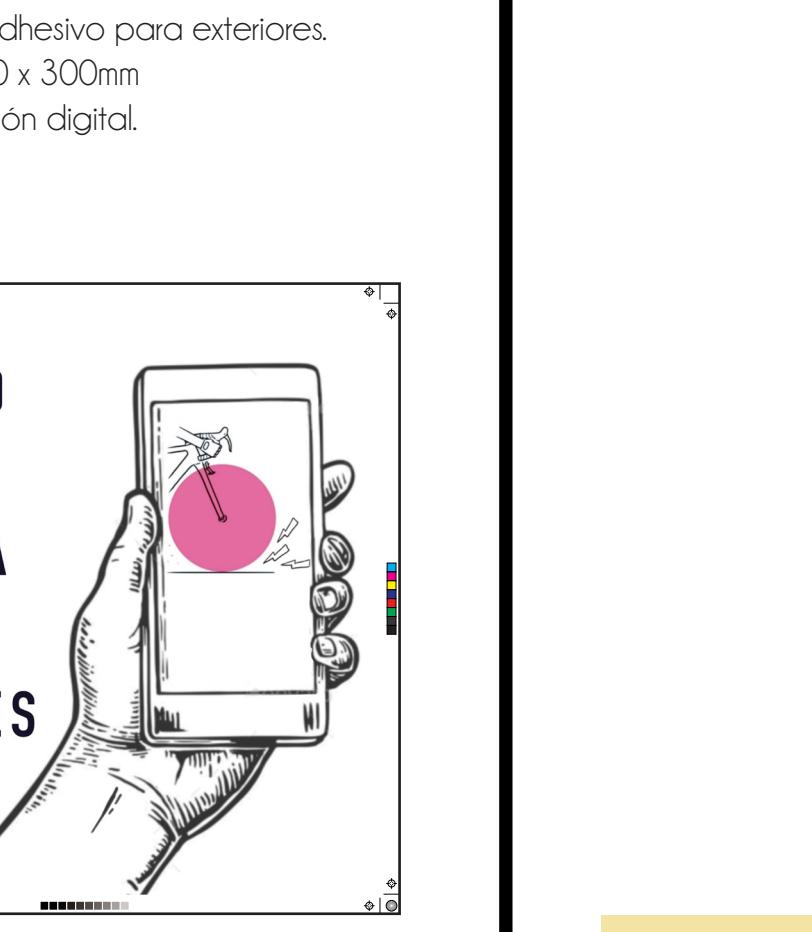
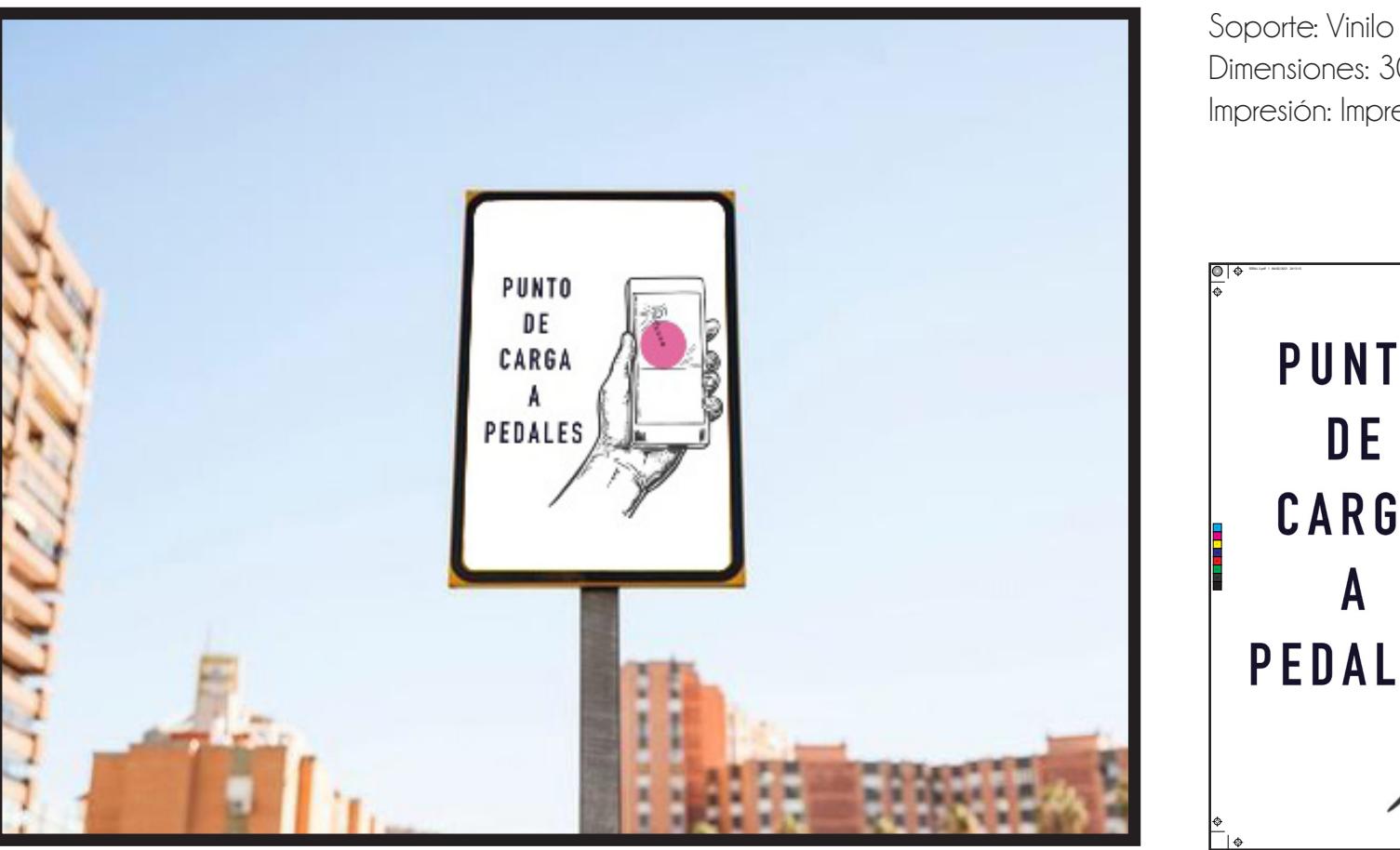
Sopporte: Vinilo adhesivo para
exteriores
Dimensiones: 50 x 160cm
Impresión: Impresión digital.

SEÑALÉTICA

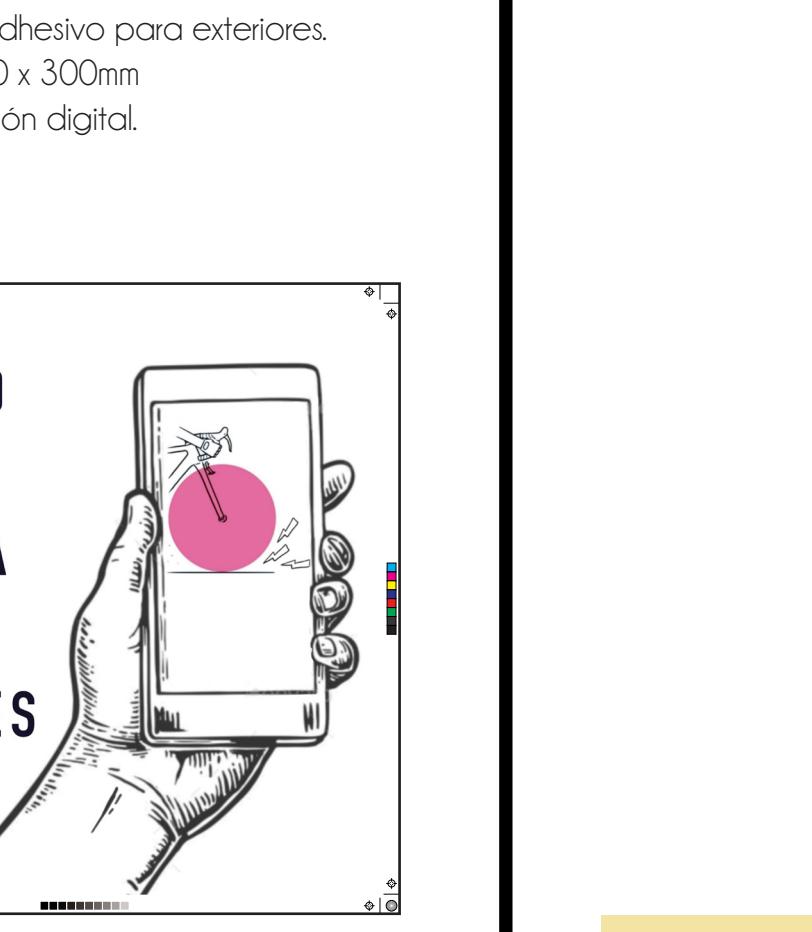


Soporte: Vinilo adhesivo para exteriores.
Dimensiones: 460 x 300mm
Impresión: Impresión digital.

Soporte: Vinilo adhesivo para exteriores.
Dimensiones: 300 x 260mm
Impresión: Impresión digital.



Soporte: Vinilo adhesivo para exteriores.
Dimensiones: 300 x 300mm
Impresión: Impresión digital.



Esta señalética fija identifica el punto de ubicación del cargador de dispositivos a pedales y el soporte para bicicletas dotado de herramientas para arreglar las mismas que se ha desarrollado para la asignatura de Diseño de Objeto.

Este punto representa el progreso hacia una civilización mas sostenible y colaborativa.

Se ubicará en el acceso a la plaza por la calle Capitán Blanco Argibay la cual cuenta a su vez con conexión directa desde Bravo Murillo.

Se trata de un acceso amplio y peatonal

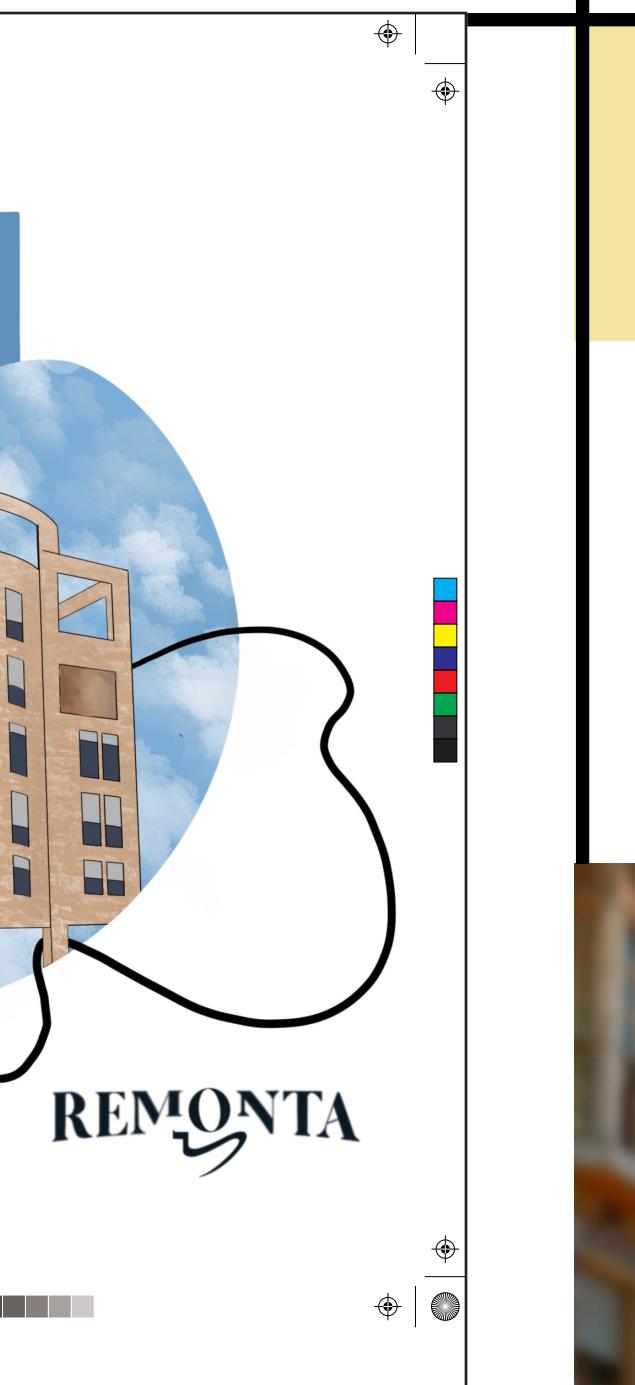


Soporte: Lona impermeable con teflón.
Dimensiones: 300 x 750mm
Impresión: Impresión digital.



Se trata de un soporte efímero para indicar la ubicación de la plaza desde las calles de Bravo Murillo y Capitán Blanco Argibay durante la campaña de apertura e inauguración de la plaza

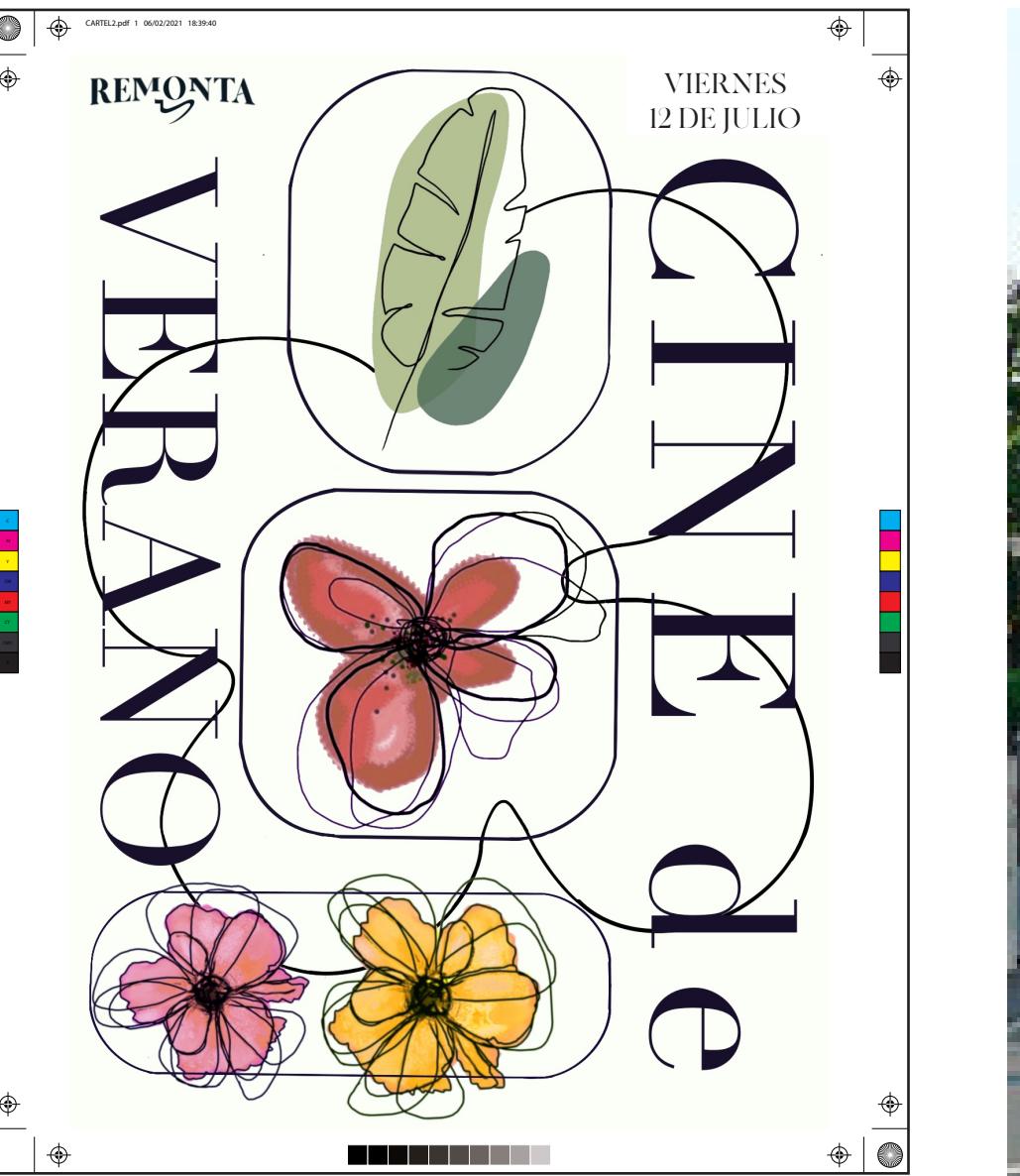
GRÁFICA PERSUASIVA



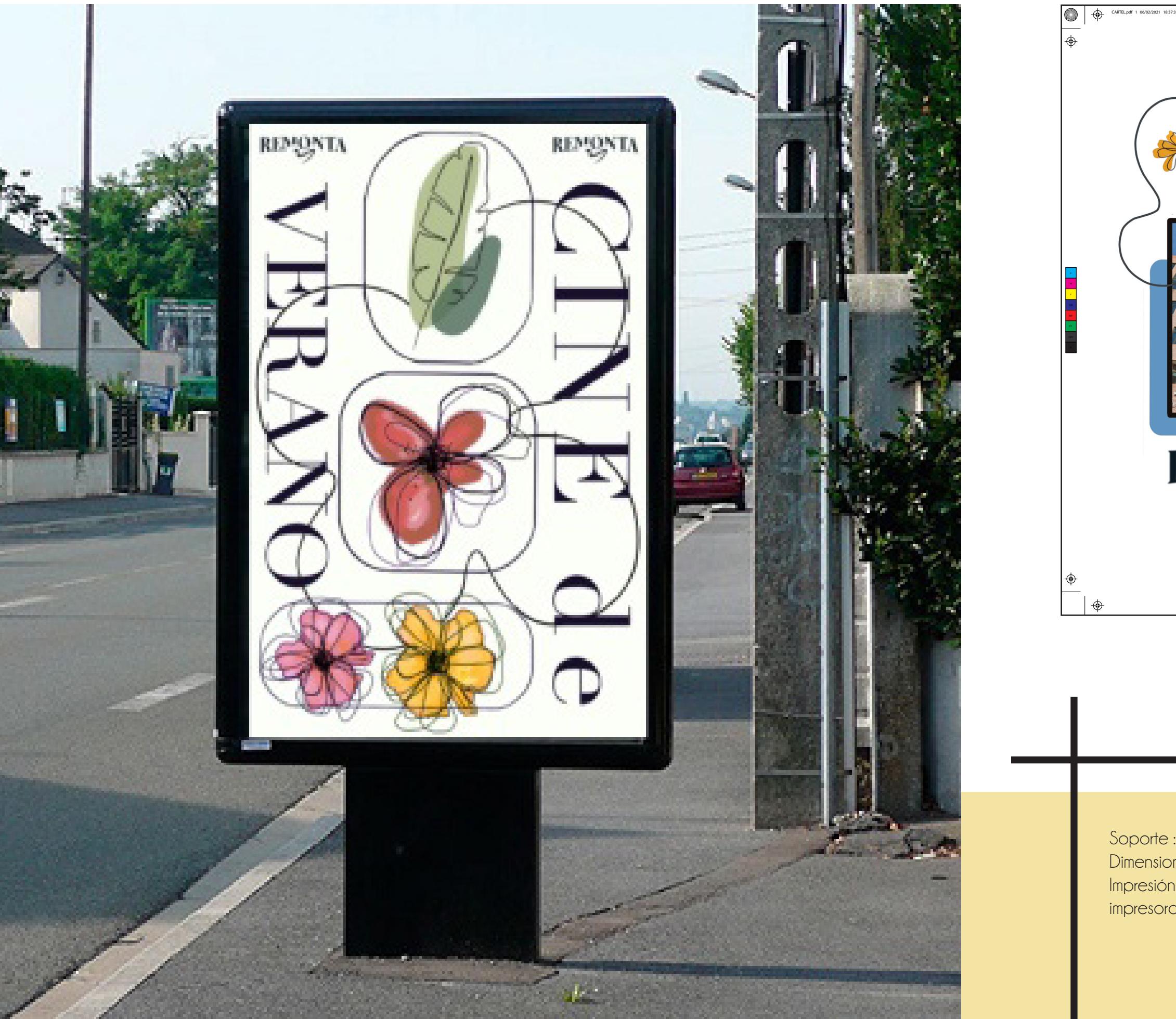
Soporte : Papel couché whiteback 150 gr.
Dimensiones - 175 x 120 cm
Impresión - 600 dp. cuatricromía con
impresora de gran formato

CARTELERÍA





Soporte : Papel couché whiteback 150 gr.
Dimensiones - 175 x 120 cm
Impresión - 600 dp. cuatricomía con
impresora de gran formato



Soporte : Papel couché whiteback 150 gr.
Dimensiones - 175 x 120 cm
Impresión - 600 dp. cuatricomía con
impresora de gran formato



TOTE BAGS



Soporte : Bolsa de tela 100% algodón

Dimensiones - 30 x 37 mm
34 x 34 mm
37x27 mm

Impresión: 26x33 mm
28x28 mm
33x23 mm

Impresión - Serigrafía



Suministrar nuestras bolsas de tela promocionales de La Remonta al Instituto y el Centro de Mayores que se ubican en la plaza y a los supermercados y comercios de la zona para que las regalan con la compra con el fin de que la guarden para sus compras futuras y reducir el uso de bolsas de plástico.

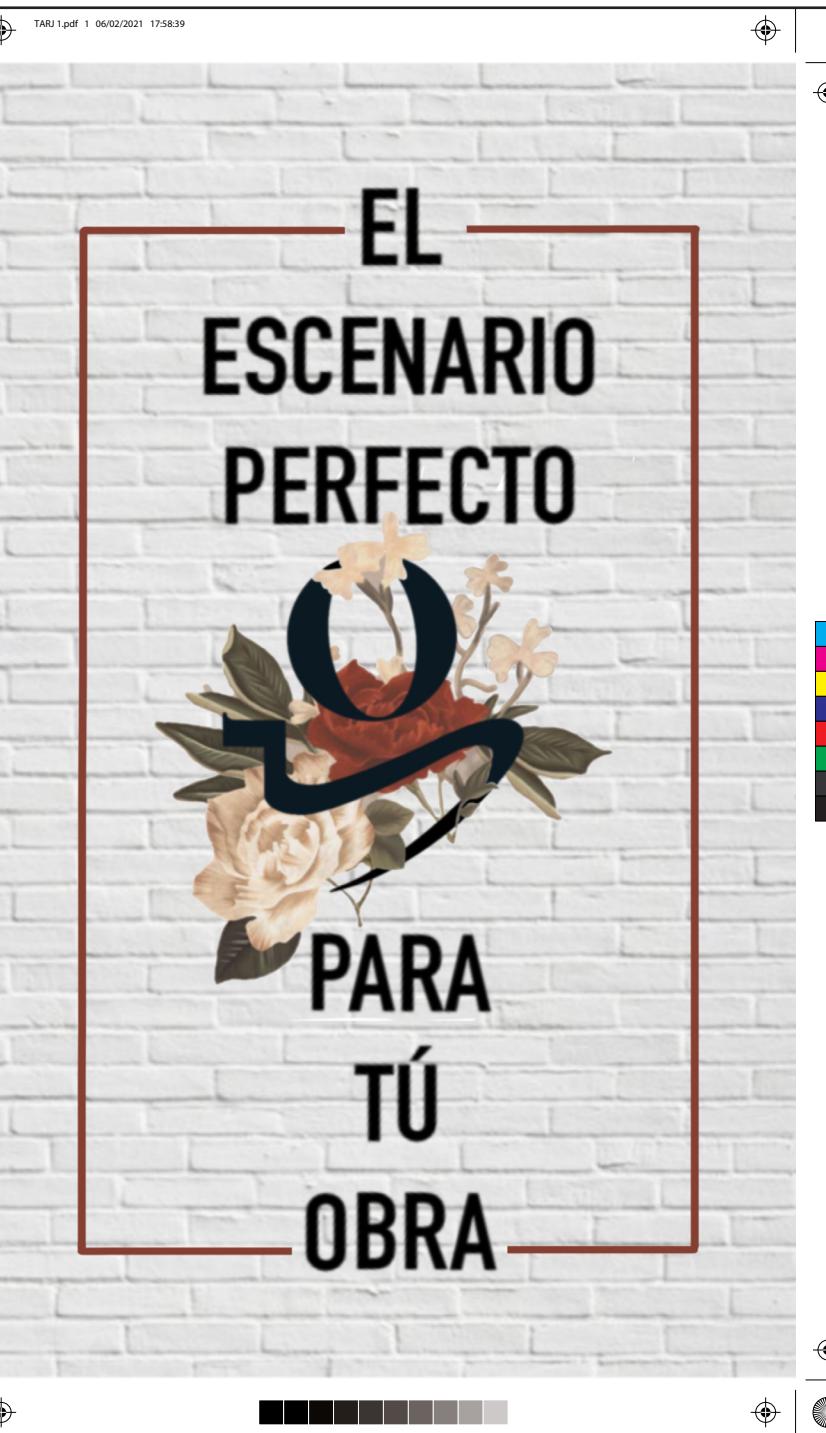


TARJETONES

Se repartirán 1300 tarjetones en los buzones de valdeacederas y en puntos concretos de la zona se colocarán en un stand para cogerlos libremente con el fin de que lleguen a los hogares para quedarse. Estos tarjetones están pensados para llamar la atención de la gente y ser guardado como elemento decorativo, digno de ser guardado

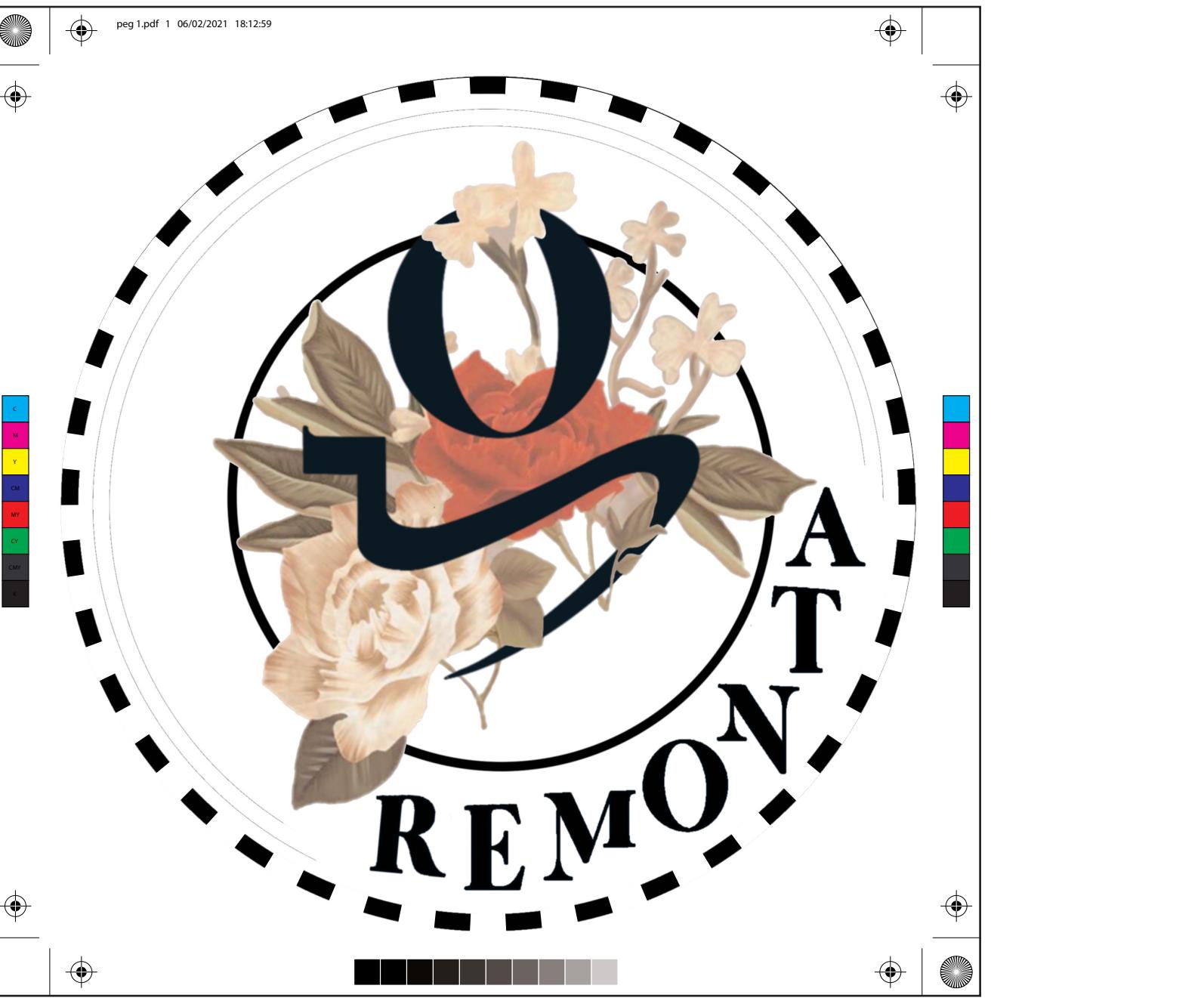


Soporte : Papel Adhesivo acabado brillo
Dimensiones - 210 x 148.5 mm
Impresión - Offset

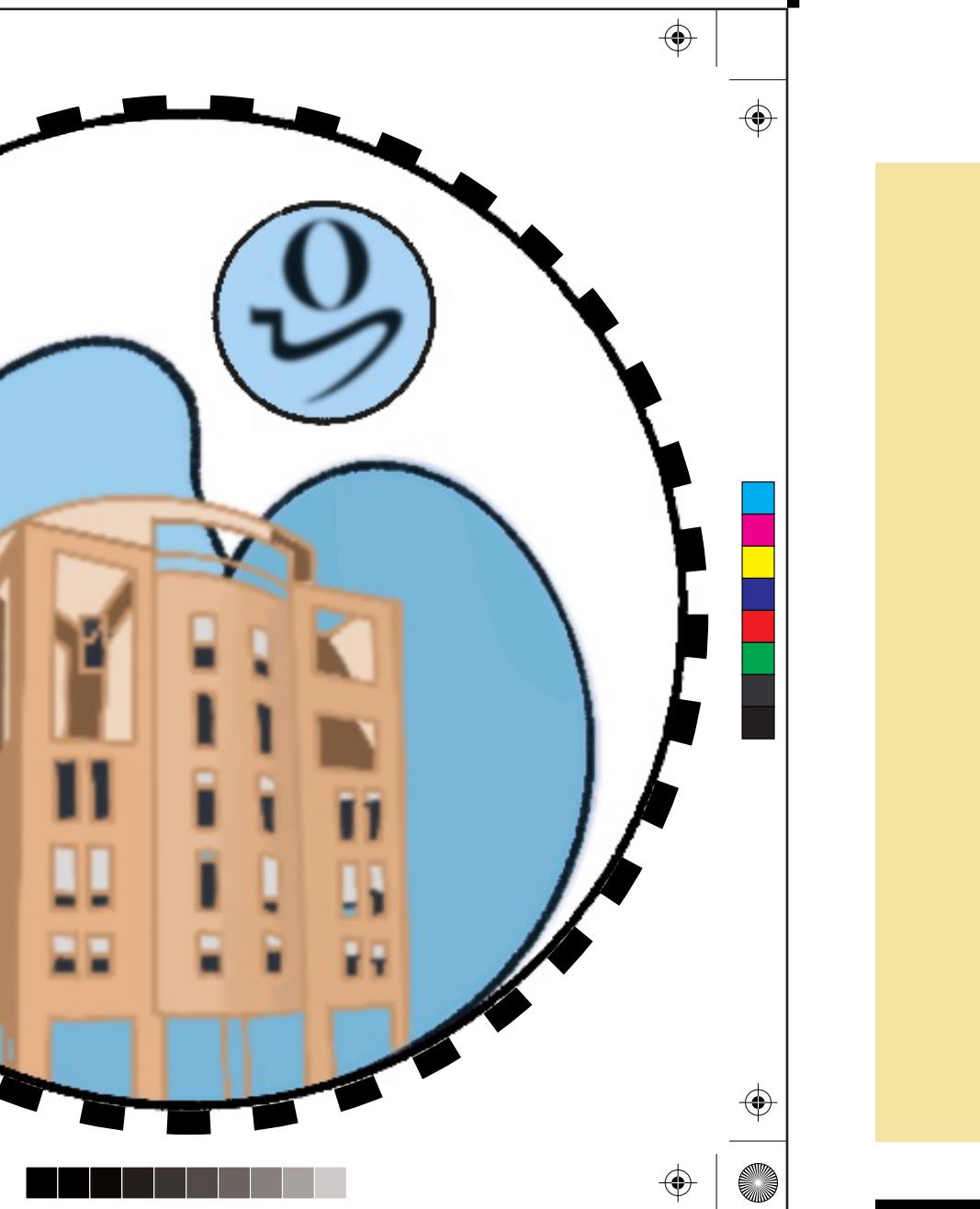


Soporte : Papel Adhesivo acabado brillo
Dimensiones - 210 x 148.5 mm
Impresión - Offset





Soporte : Papel Adhesivo acabado brillo
Dimensiones - 84 x 55 mm
Impresión - Offset



PEGATINAS

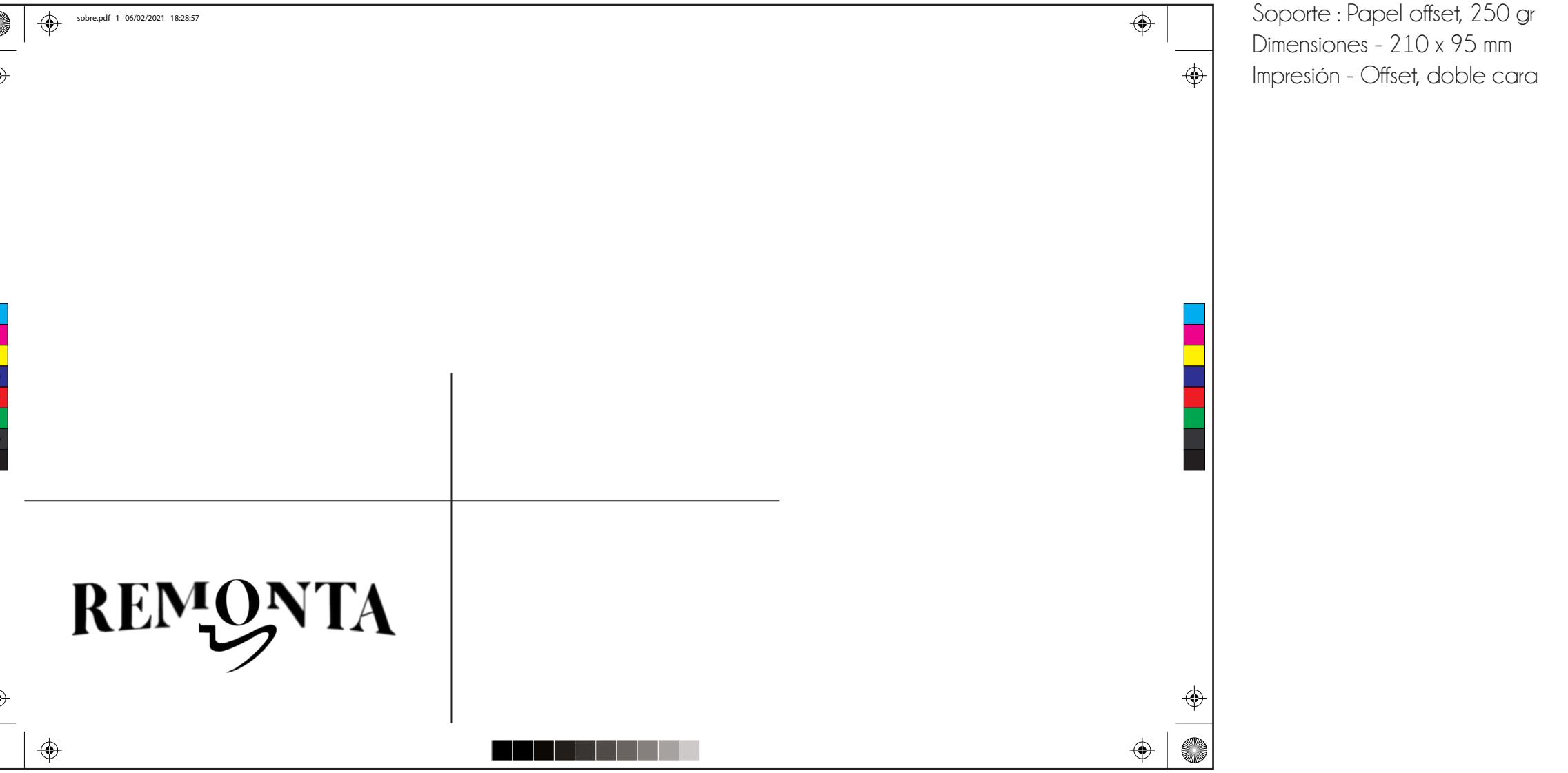
Las pegatinas comparten objetivo con los tarjetones, que es quedarse en las vidas de quienes disfrutan la plaza. A su vez buscamos que se mimetizan con el barrio y pasen a formar parte de él ya que se espera que sean pegadas en las farolas de la propia plaza y alrededores así como en muchas otras superficies del barrio.



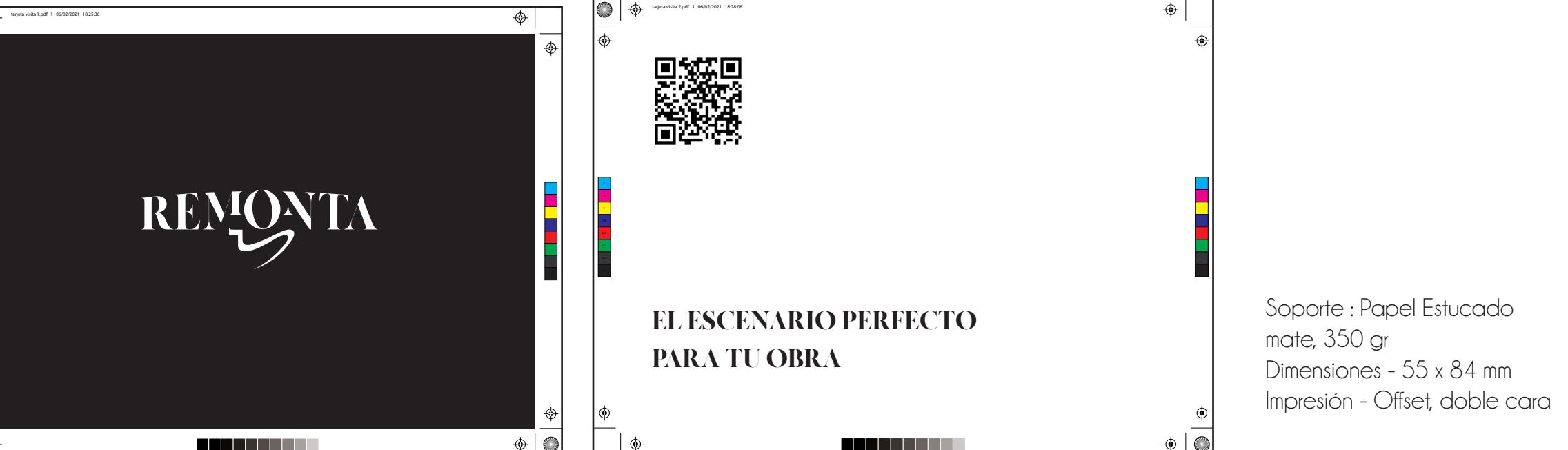
GRÁFICA NO PERSUASIVA

PAPELERÍA





Soporte : Papel offset, 250 gr
Dimensiones - 210 x 95 mm
Impresión - Offset, doble cara



Soporte : Papel Estucado mate, 350 gr
Dimensiones - 55 x 84 mm
Impresión - Offset, doble cara

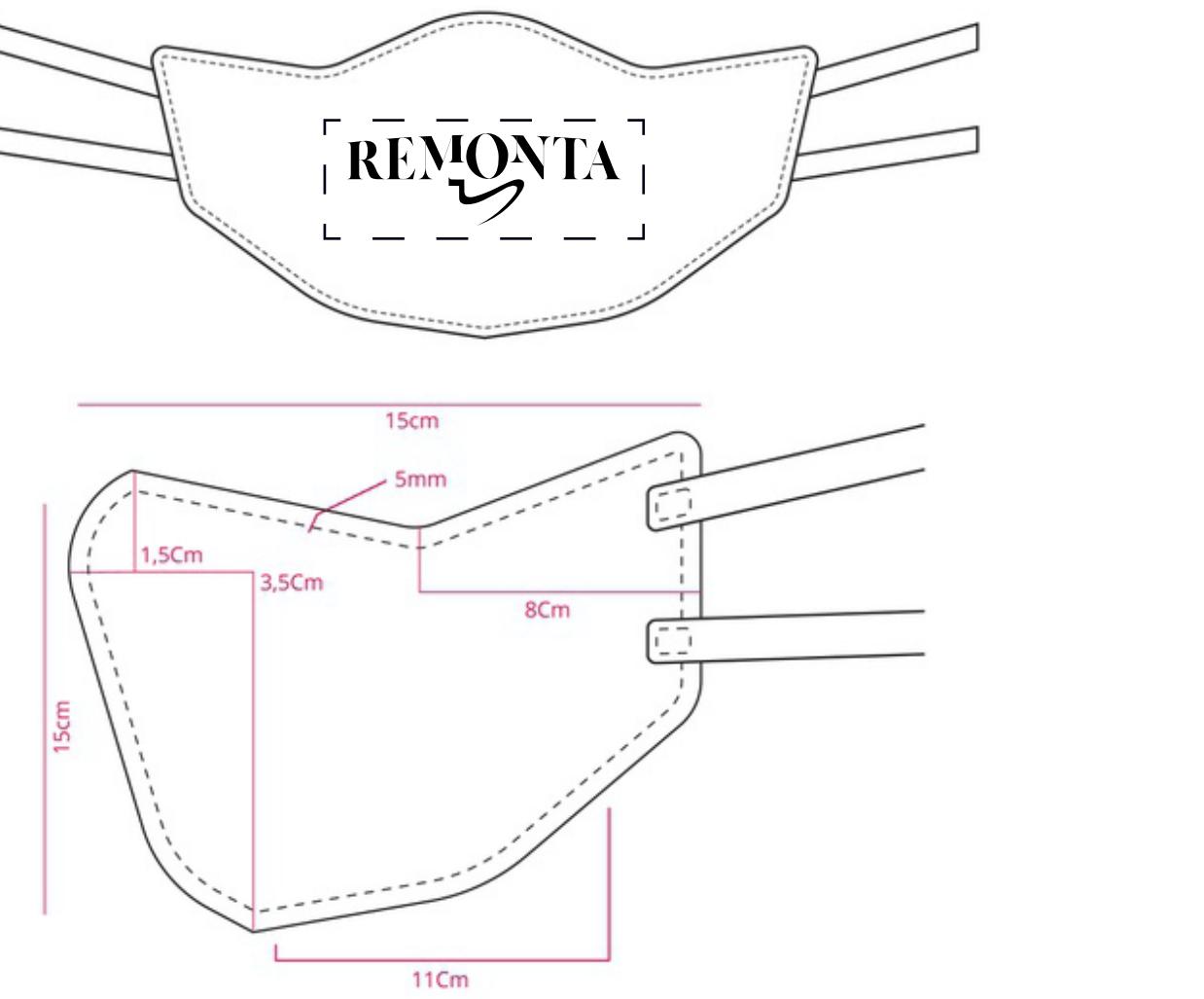
SOBRES DE ENVIO DE PAQUETES



Soporte : Papel Adhesivo acabado brillo
Dimensiones - 84 x 55 mm
Impresión - Offset

PREVENCIÓN CORONA

Soporte: Mascarilla de tela
Dimensiones: Serigrafía 12 x 10mm
Impresión: Serigrafía



Soporte: Papel adhesivo
Dimensiones: 40x60 mm
Impresión: Serigrafía

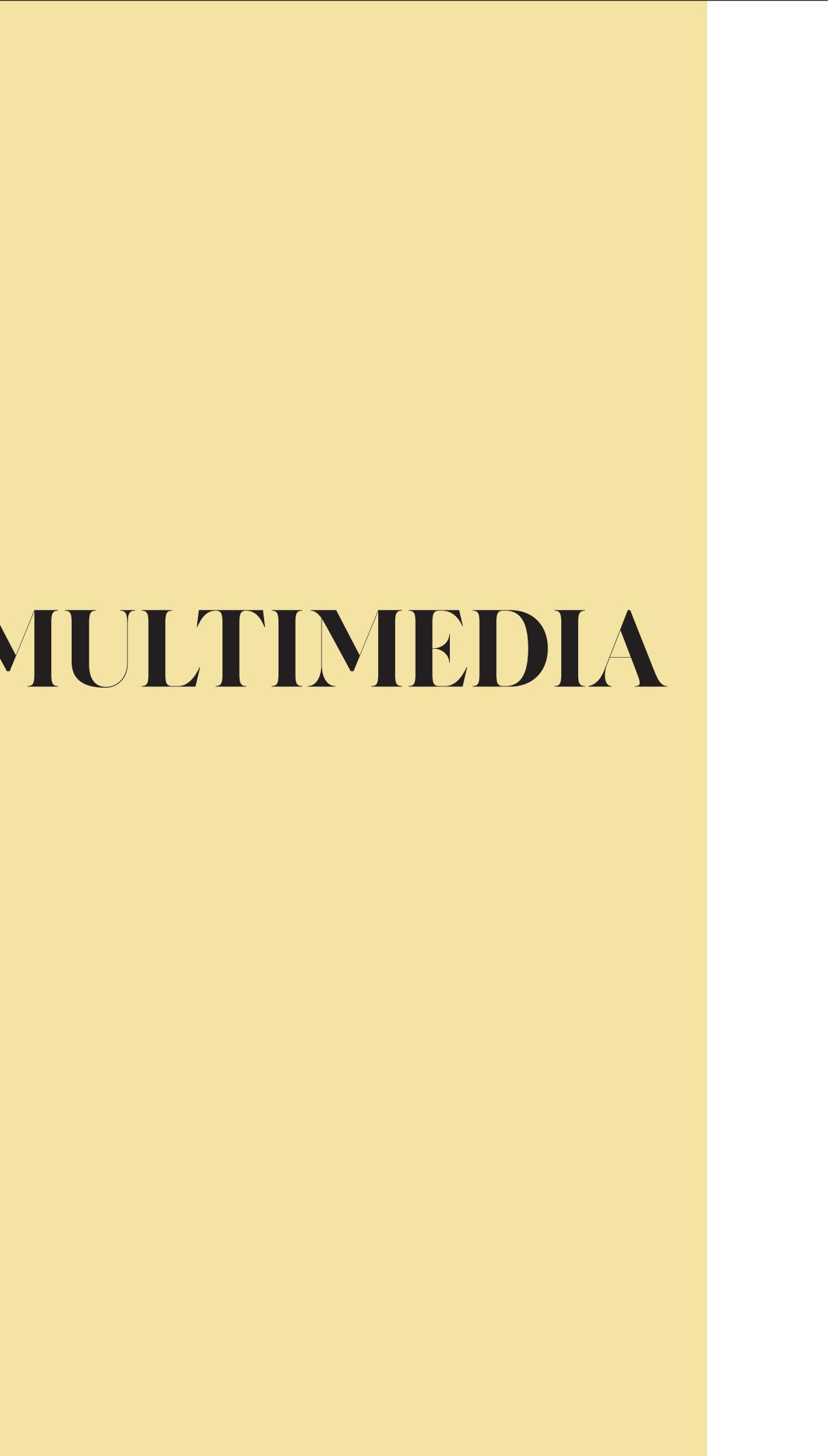


Los elemento de concienciación y prevención contra la covid desarrollados para la Plaza de la Remonta serán distribuidos a los comercios situados en la plaza y en calles colindantes

Soporte : Papel couché whiteback 150 gr.
Dimensiones - 175 x 120 cm
Impresión - 600 dp. cuatricomía con impresora de gran formato



MULTIMEDIA



Los perfiles creados en redes sociales tienen como objetivo evaluar y controlar la acogida del proyecto. Mantener un diálogo activo con el público en foros y redes como técnica de investigación para evaluar el cumplimiento de nuestros objetivos

2,191 Following 984K Followers

FACEBOOK



TWITTER



ANEXO

BARAJA ESPAÑOLA

TAPETE

FLYER CONMEMORATIVO

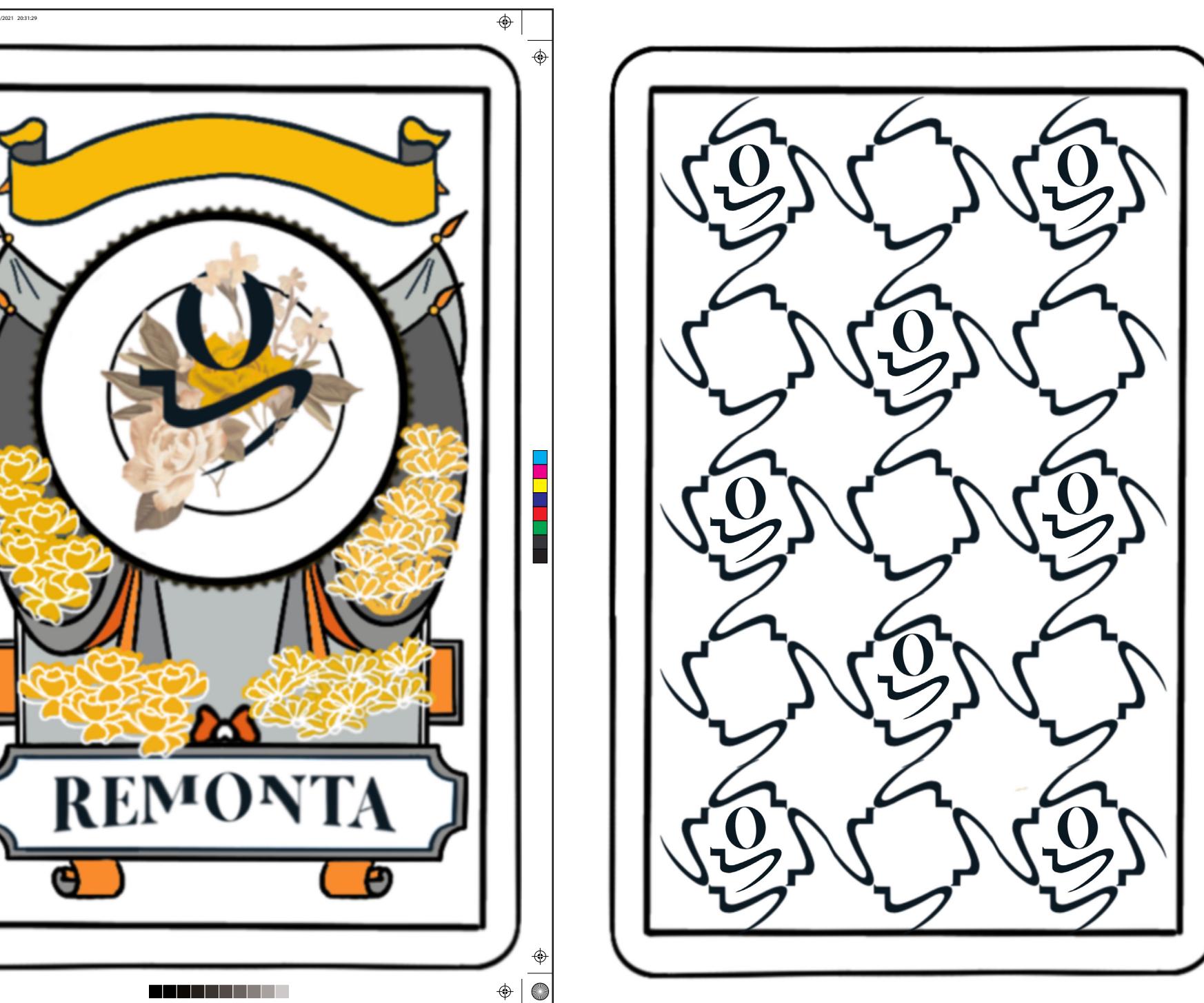
PACKAGING

BARAJA ESPAÑOLA



El uso de barajas de cartas españolas como elemento promocional lleva años funcionando en nuestro país. La mayoría de los hogares españoles que poseen alguna baraja no han pagado por ella si no que se la han dado en su bar, comercio de confianza o en su banco.
Se trata del elemento promocional perfecto para nuestra reforma, ya que la campaña promocional es efímera pero nuestra plaza va a ser duradera y queremos que los elementos que otorguemos a los vecinos lo sean también para que la identidad que hemos creado para la plaza no se desvanezca con el fin de la campaña si no que acompañe a los vecinos en sus hogares durante mucho tiempo y les acabe llenando de orgullo poseer estos elementos relacionados con lo que sin duda se convertirá en un lugar emblemático de la capital.

Soporte : Plástico de Fournier
Dimensiones - 63mm x 88mm
Impresión - Digital, doble cara

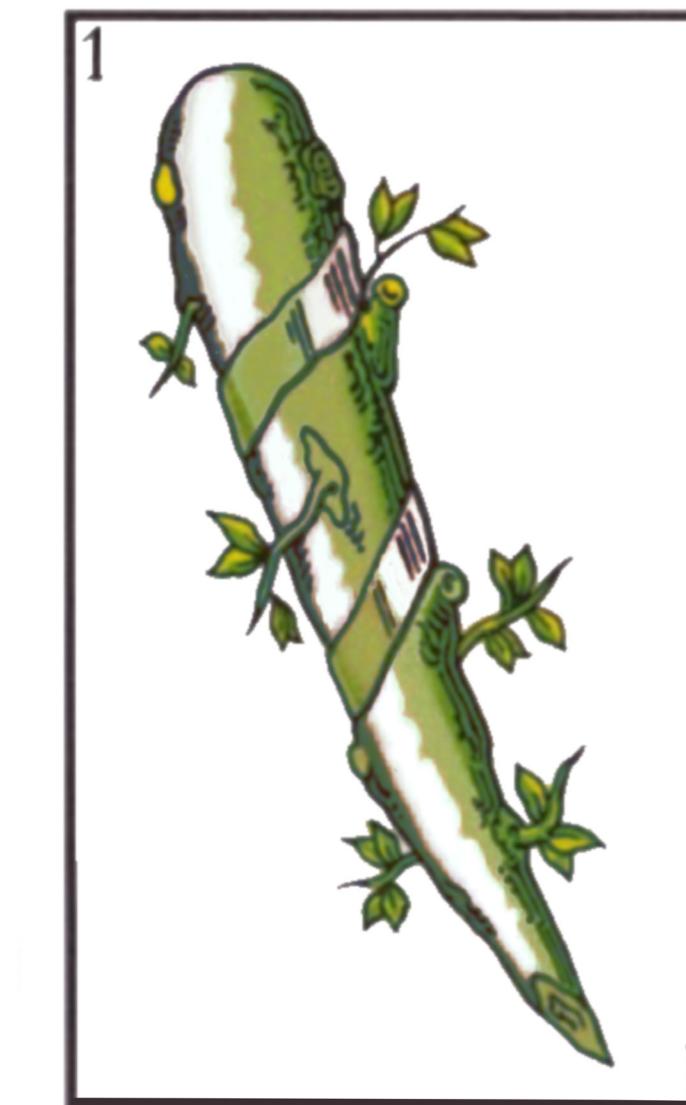
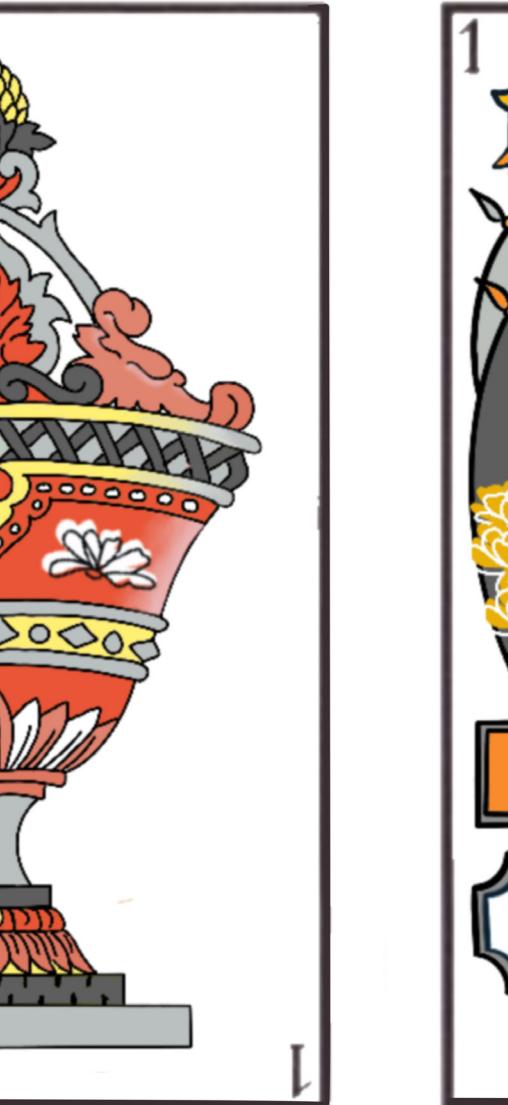
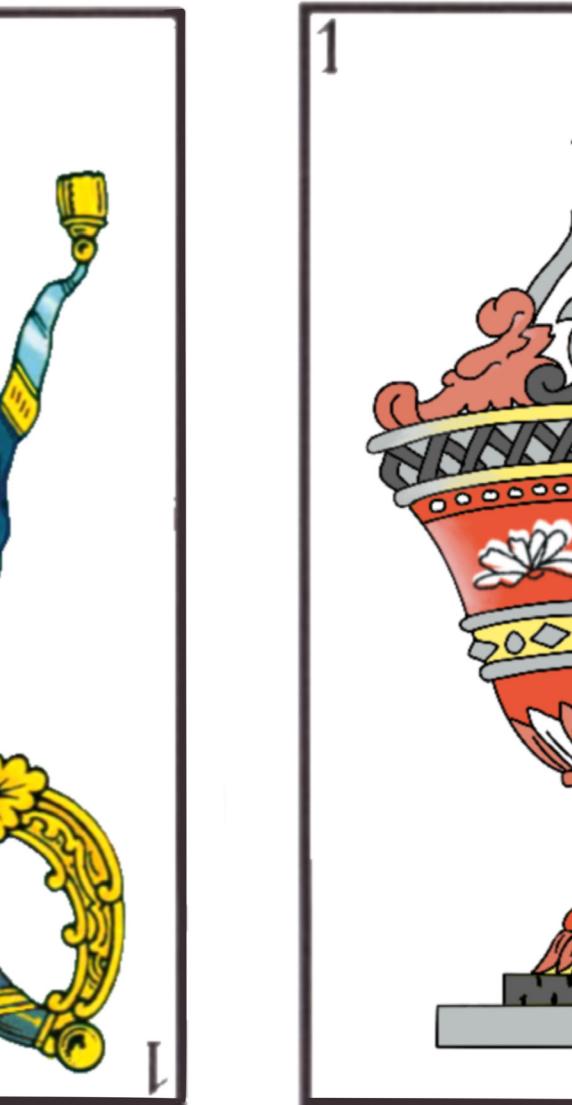


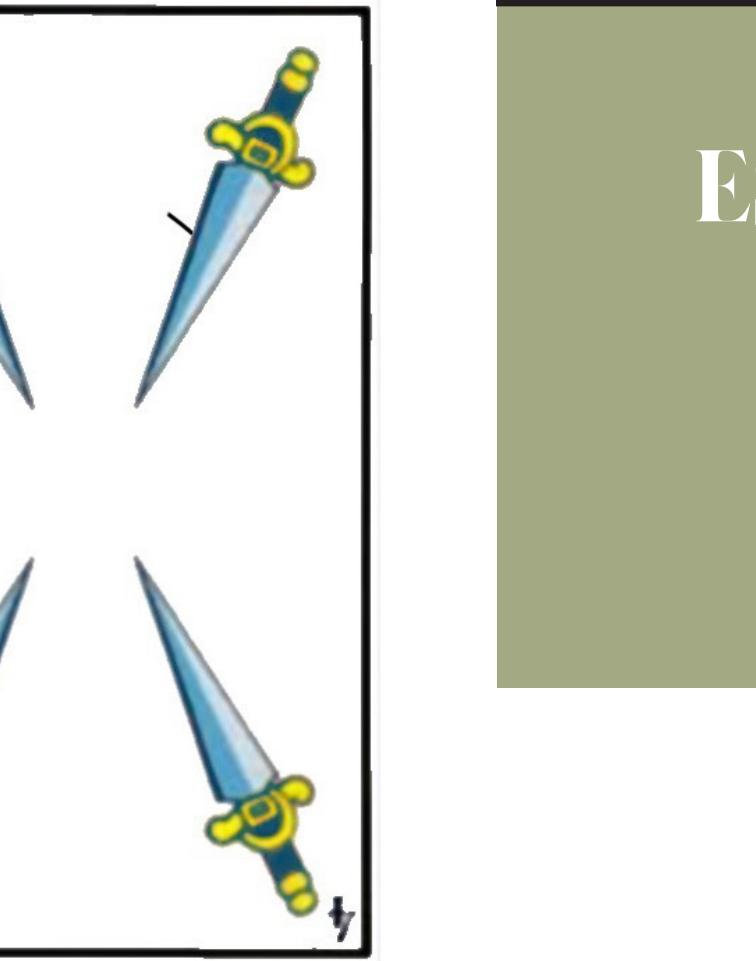
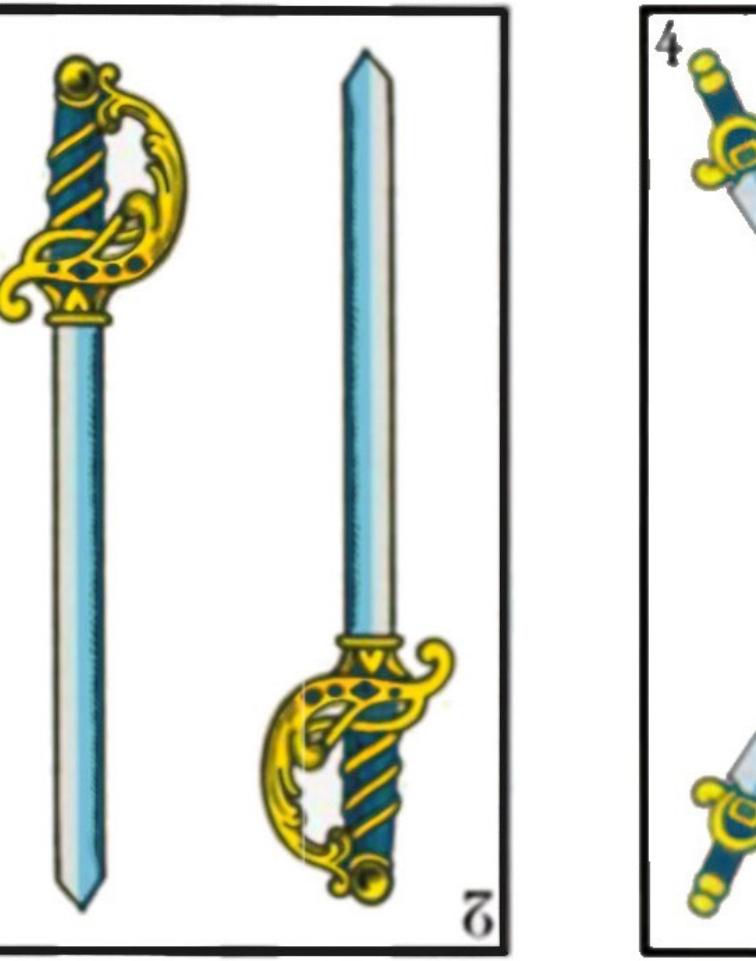
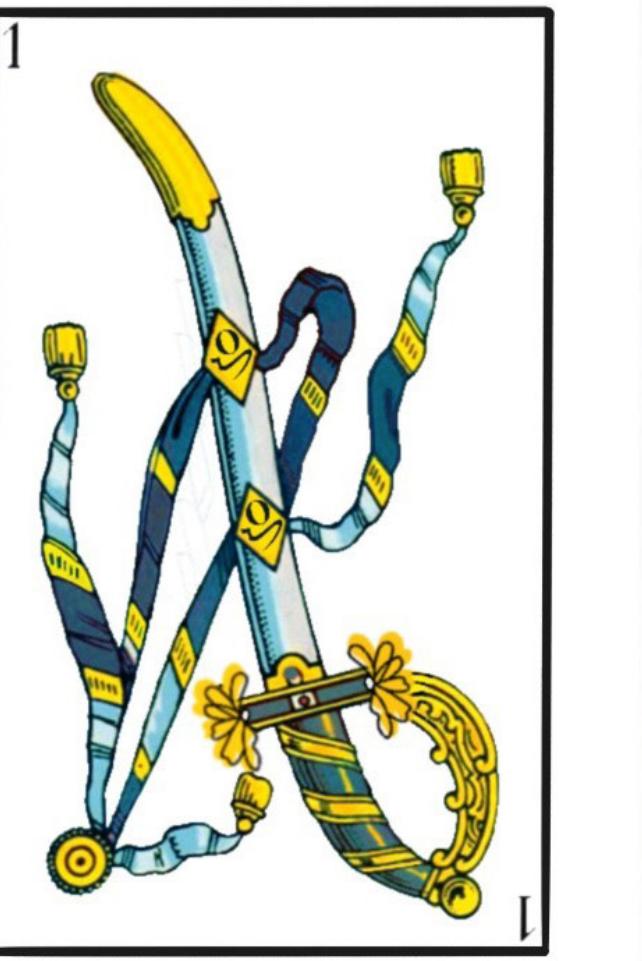


Para personalizar la baraja y asegurar que se trata de algo especial y diferencial de la plaza se ha procedido a rediseñar los ases de la baraja con elementos gráficos usados en la campaña y el isotipo y logotipo en aquellos donde tuviese cabida en el diseño.

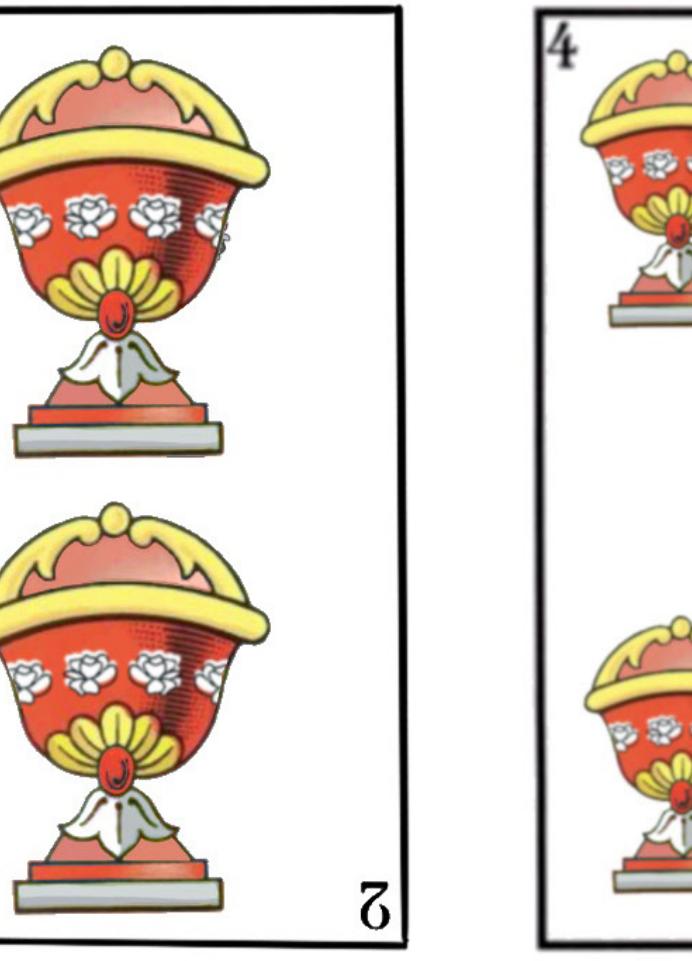
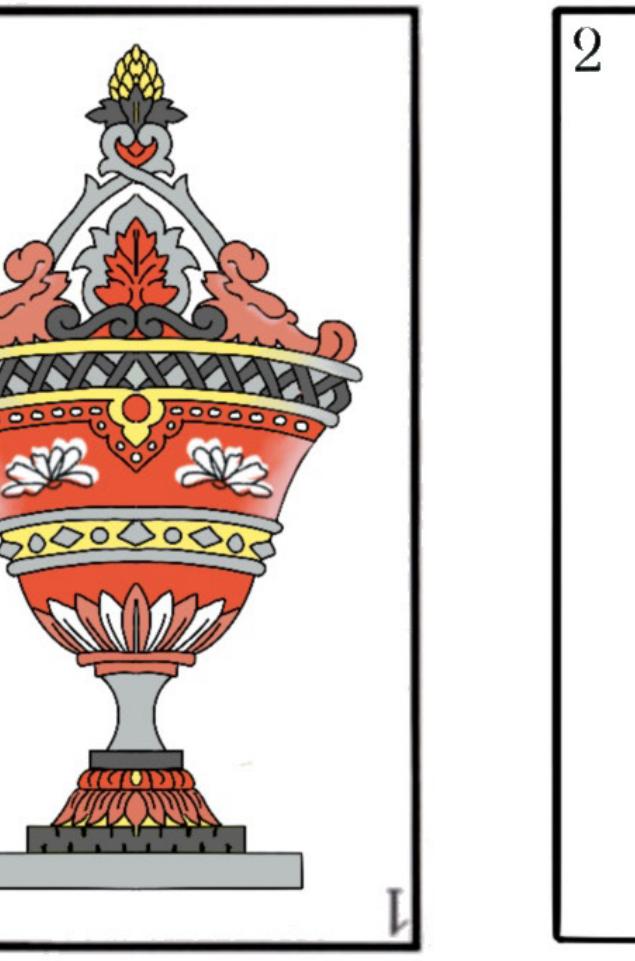
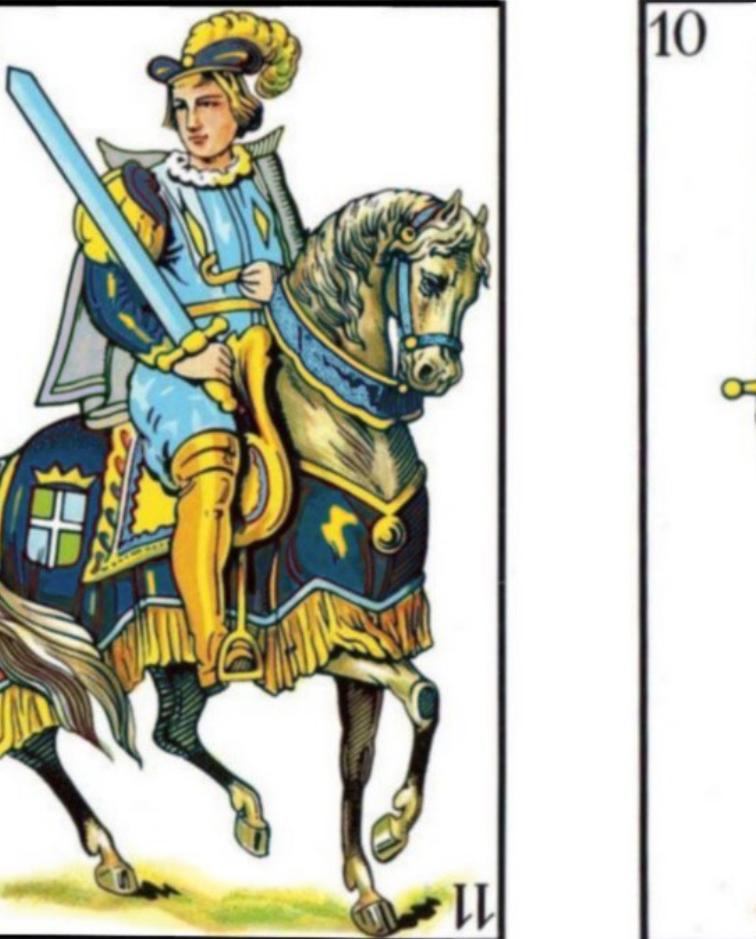
Se ha remarcado en cada palo el color característico del mismo unificando los palos y distinguiéndose así unos de otros.

Se ha rediseñado la baraja no en cuanto a forma si no en apariencia y color.

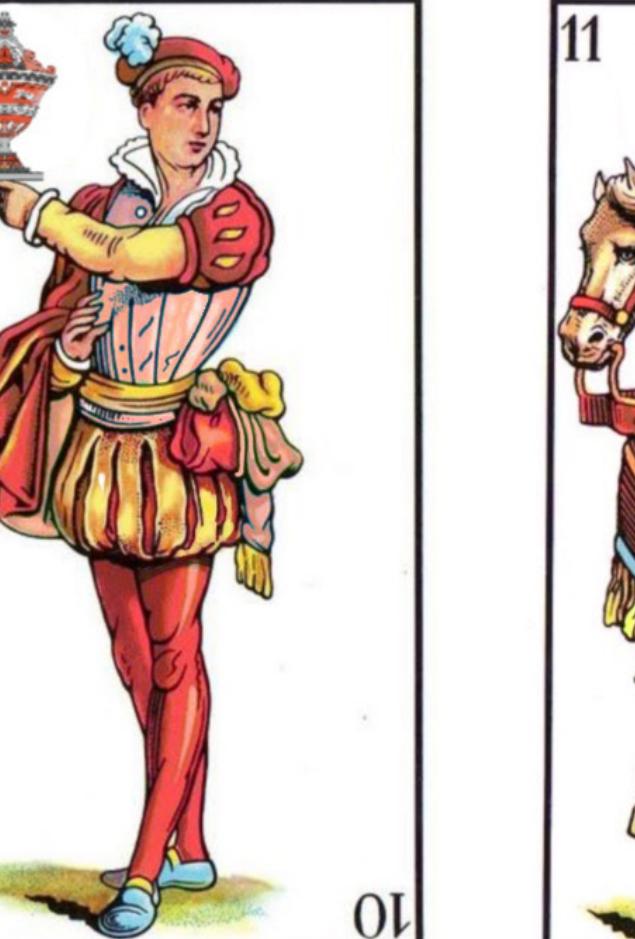


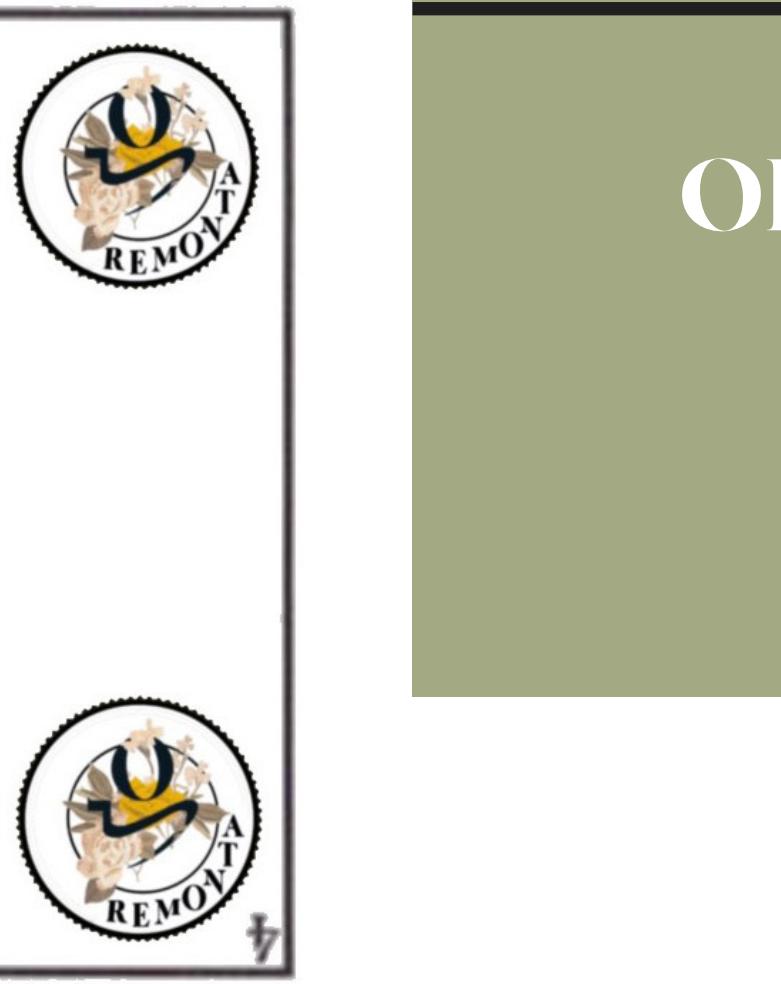
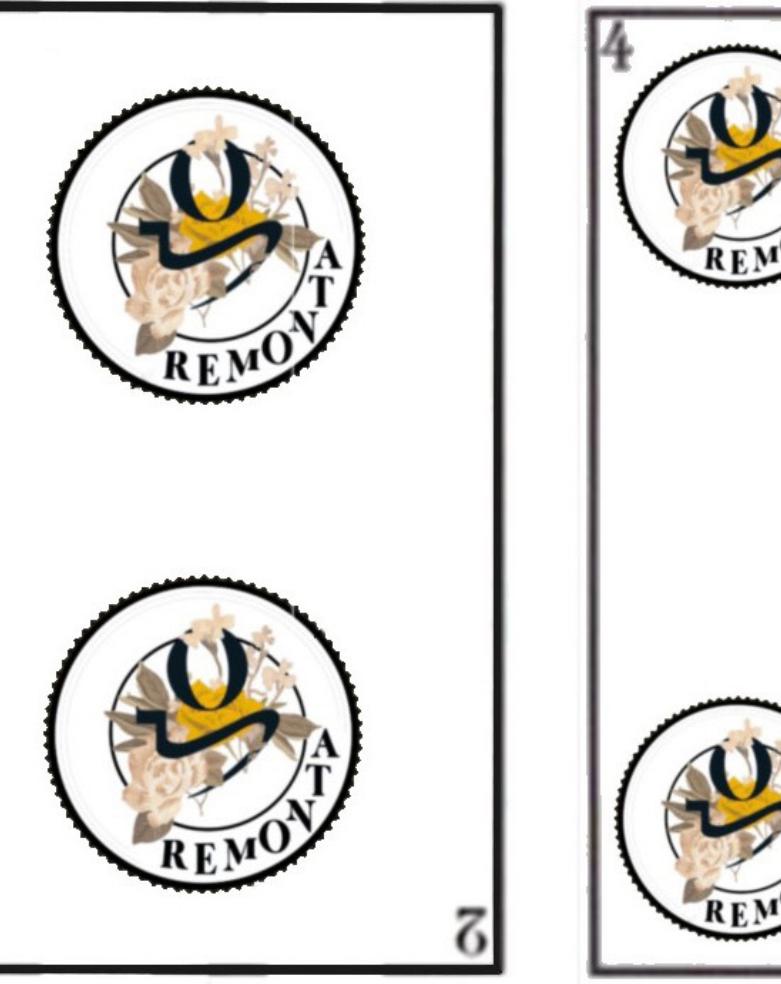


ESPADAS

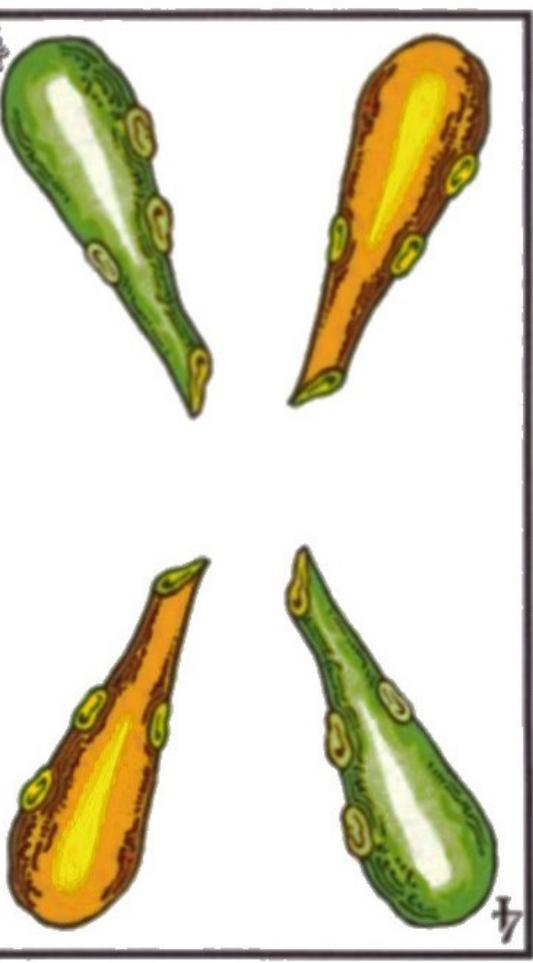
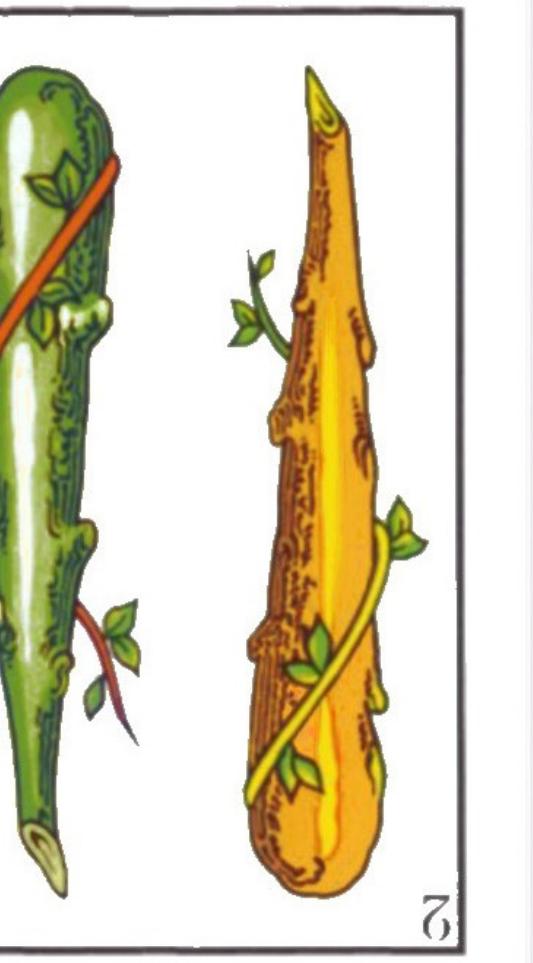


COPAS

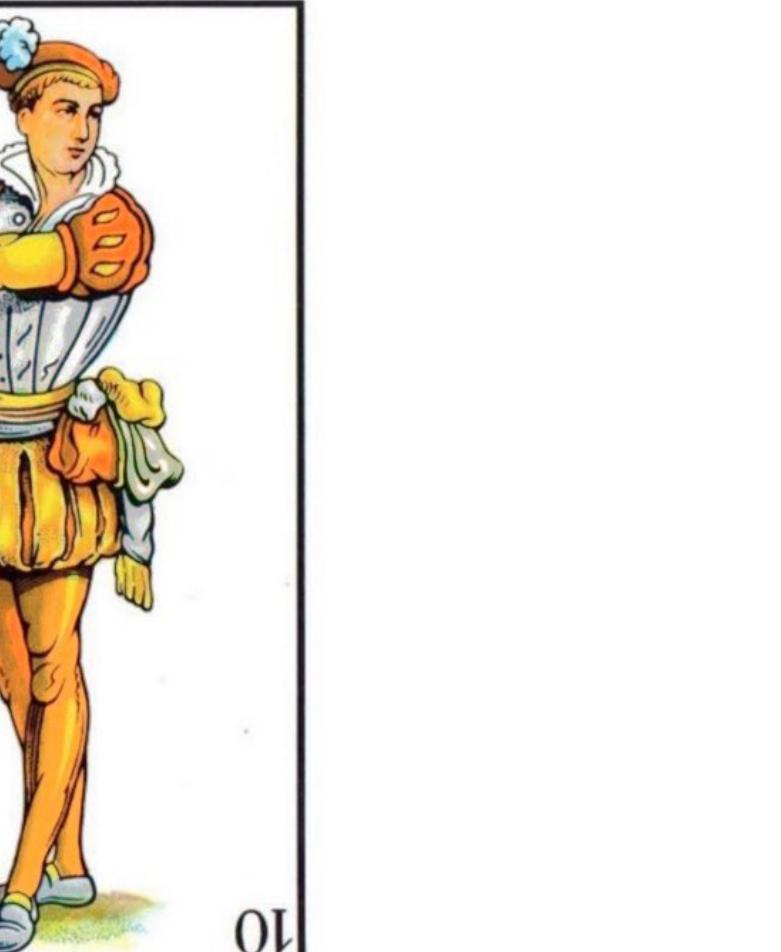
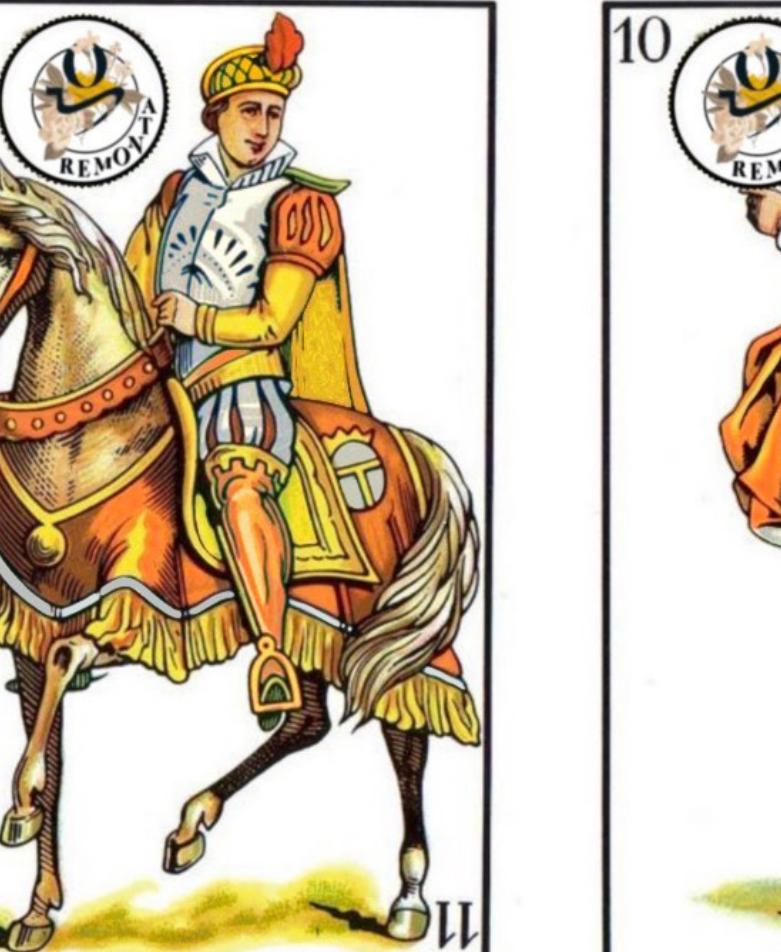




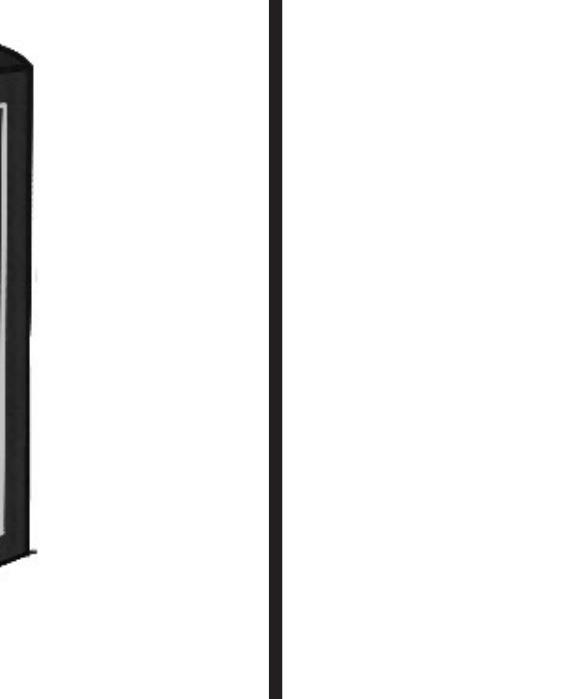
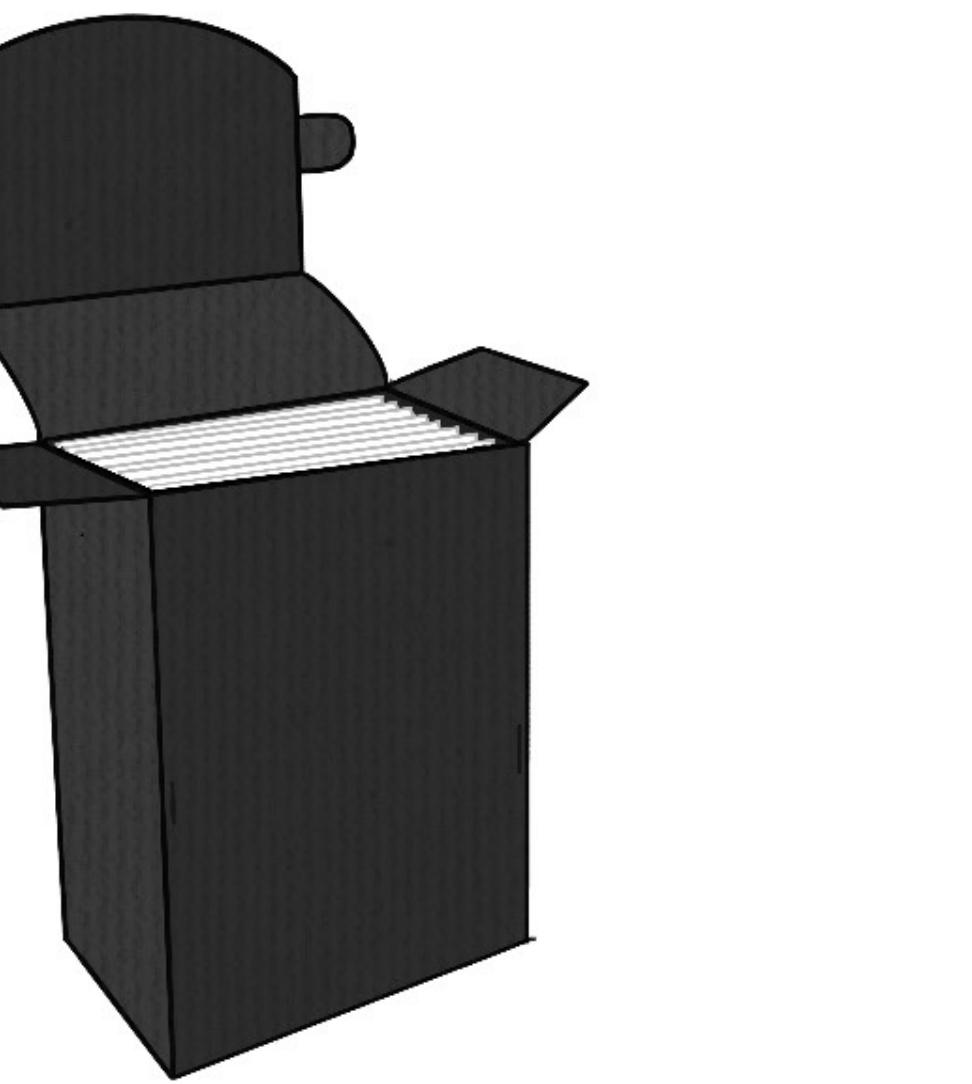
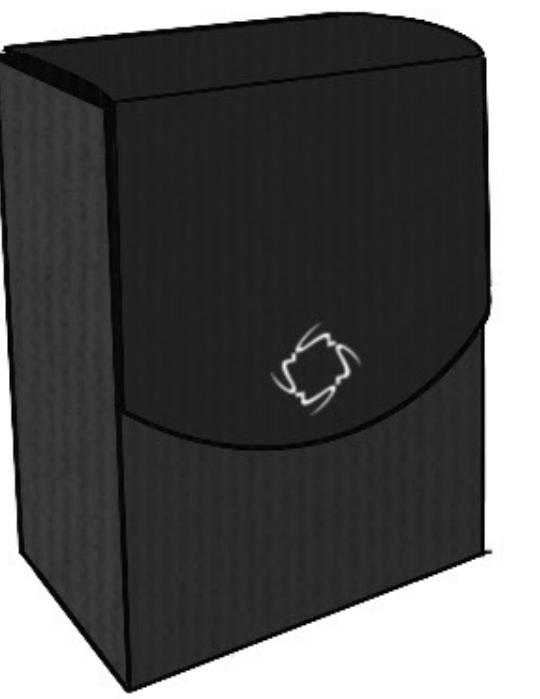
OROS



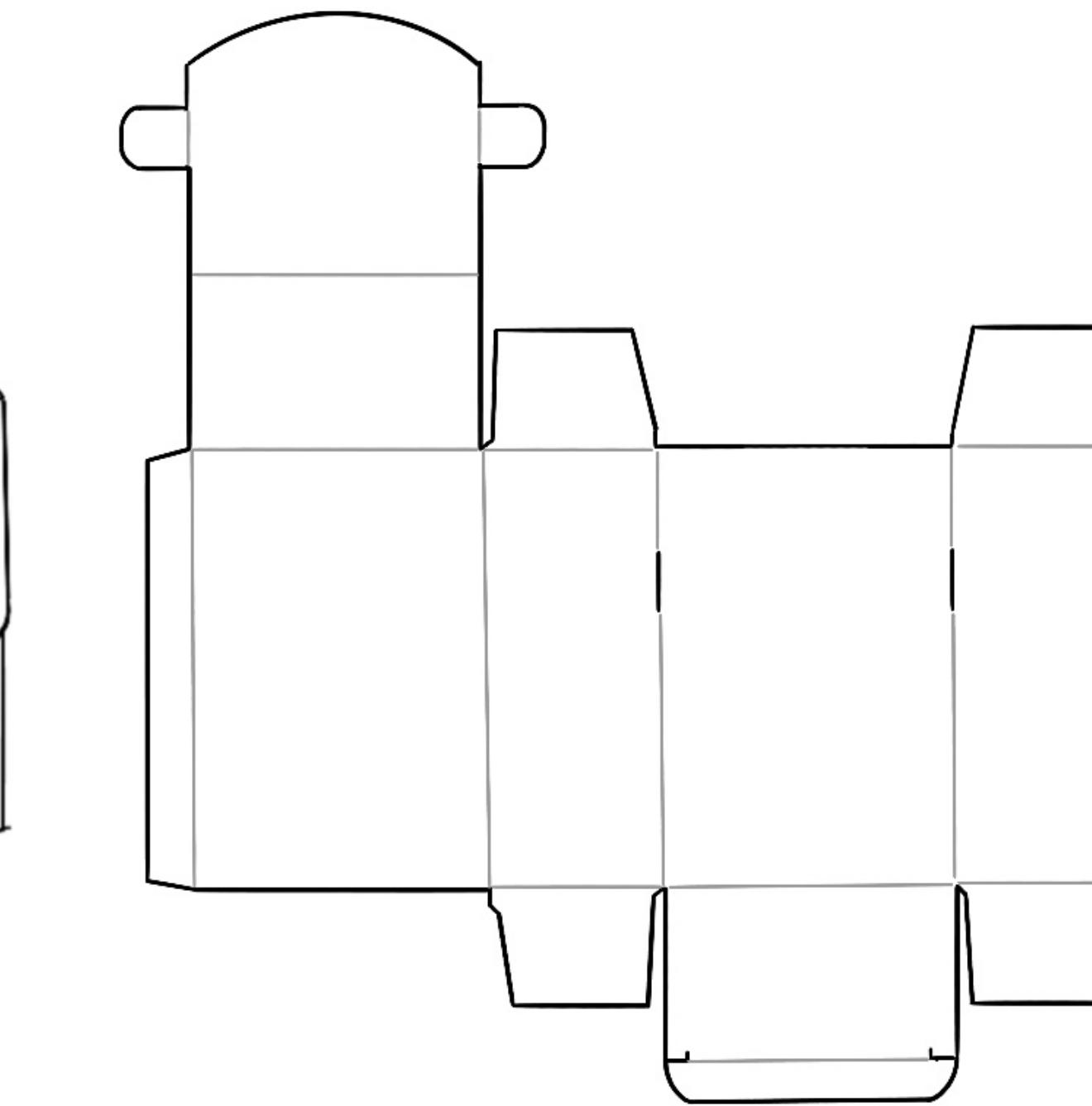
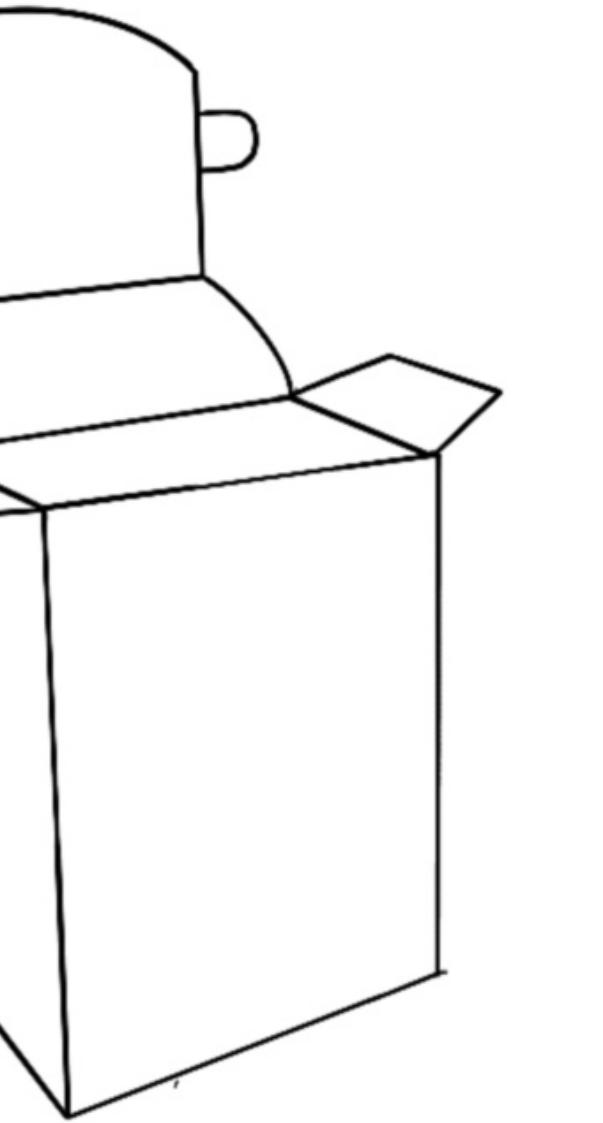
BASTOS



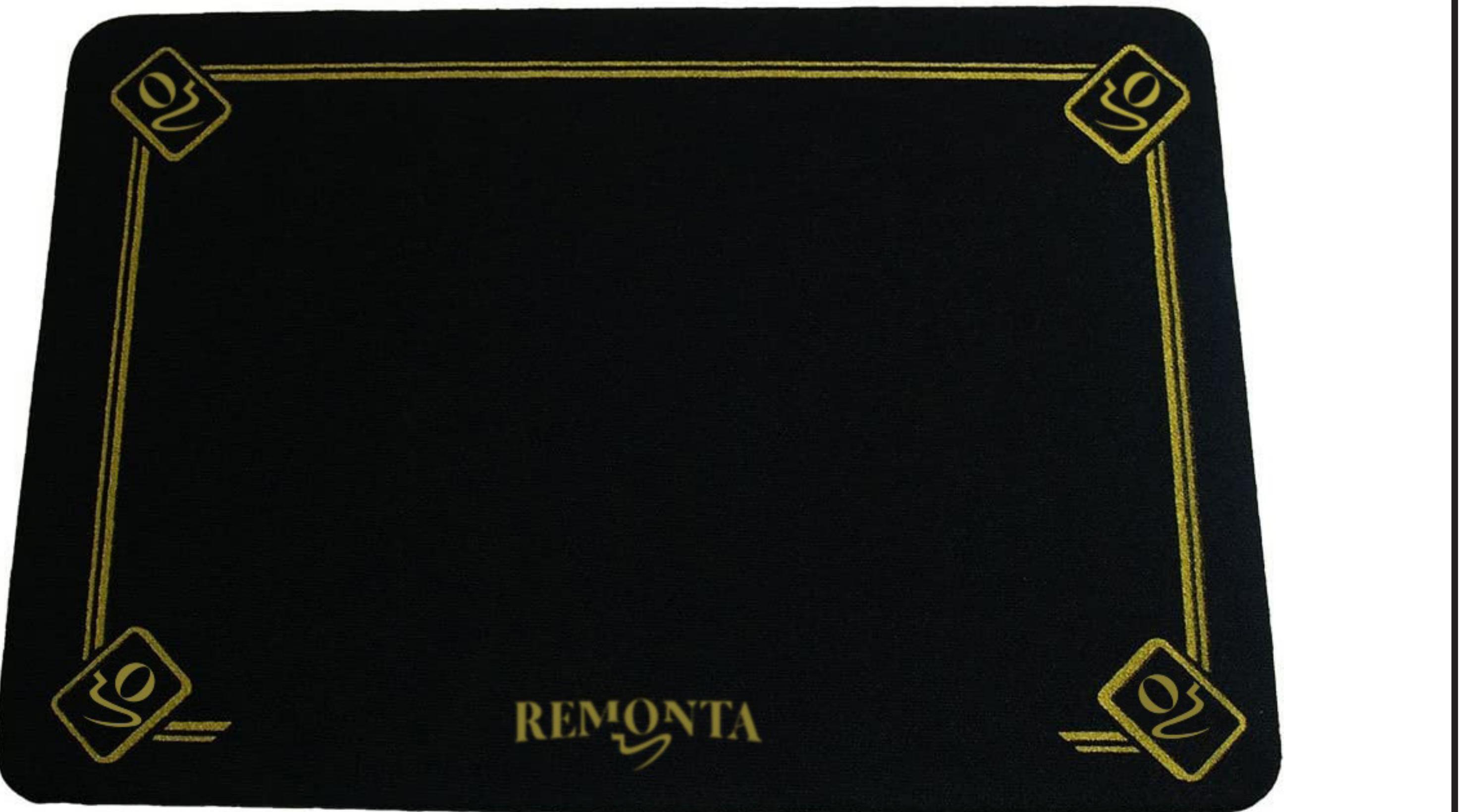
PACKAGING



Los elementos promocionales cuentan con un packaging de cartón que en el caso de las cartas es totalmente necesario para el transporte de las mismas.



TAPETE



El tapete acompaña a la
baraja en el paquete de regalo
que componen todos elemen-
tos incluidos en este anexo.

En el caso del Tapete es el
único que carece de packa-
ging ya que se incluirá plega-
do de tal manera que muestre
el diseño y la identidad gráfi-
ca que lo componen



FLYER CONMEMORATIVO



Este es el elemento mas desecharable del paquete ya que carece de funcionalidad más allá de lo estético. Aún así se le ha otorgado un diseño memorable que cuenta la historia de la plaza y acerca a los vecinos al lugar empatizando con el barrio y su gente.

Sigue siendo un elemento que merece la pena conservar aun careciendo de utilidad.

El grafismo y elementos del flyer dejan ver la evolución de la plaza mientras se desarrollan los diseños que encontramos en nuestra identidad gráfica pasando por los elementos florales a los diseños lineales de formas orgánicas



TÚ PLAZA, LA REMONTA

Pese a que recibe muchos menos turistas, la plaza porticada más grande de todo Madrid no es la Plaza de la Remonta, en Tetuán. Situada a escasos metros de la calle Bravo Murillo, sus 11.000 metros cuadrados componen un amplísimo espacio peatonal en el espacio en el que antes hubo un antiguo cuartel de caballería y una cochera de tranvías.

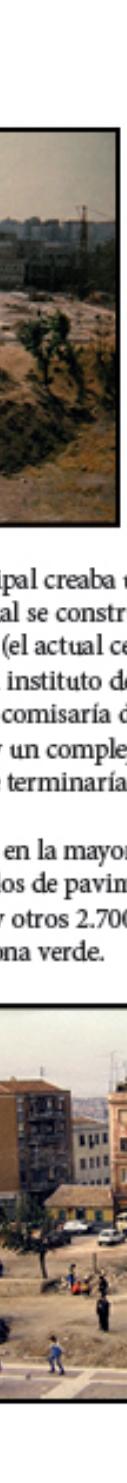
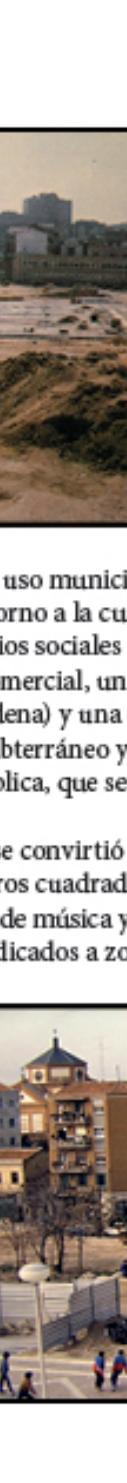
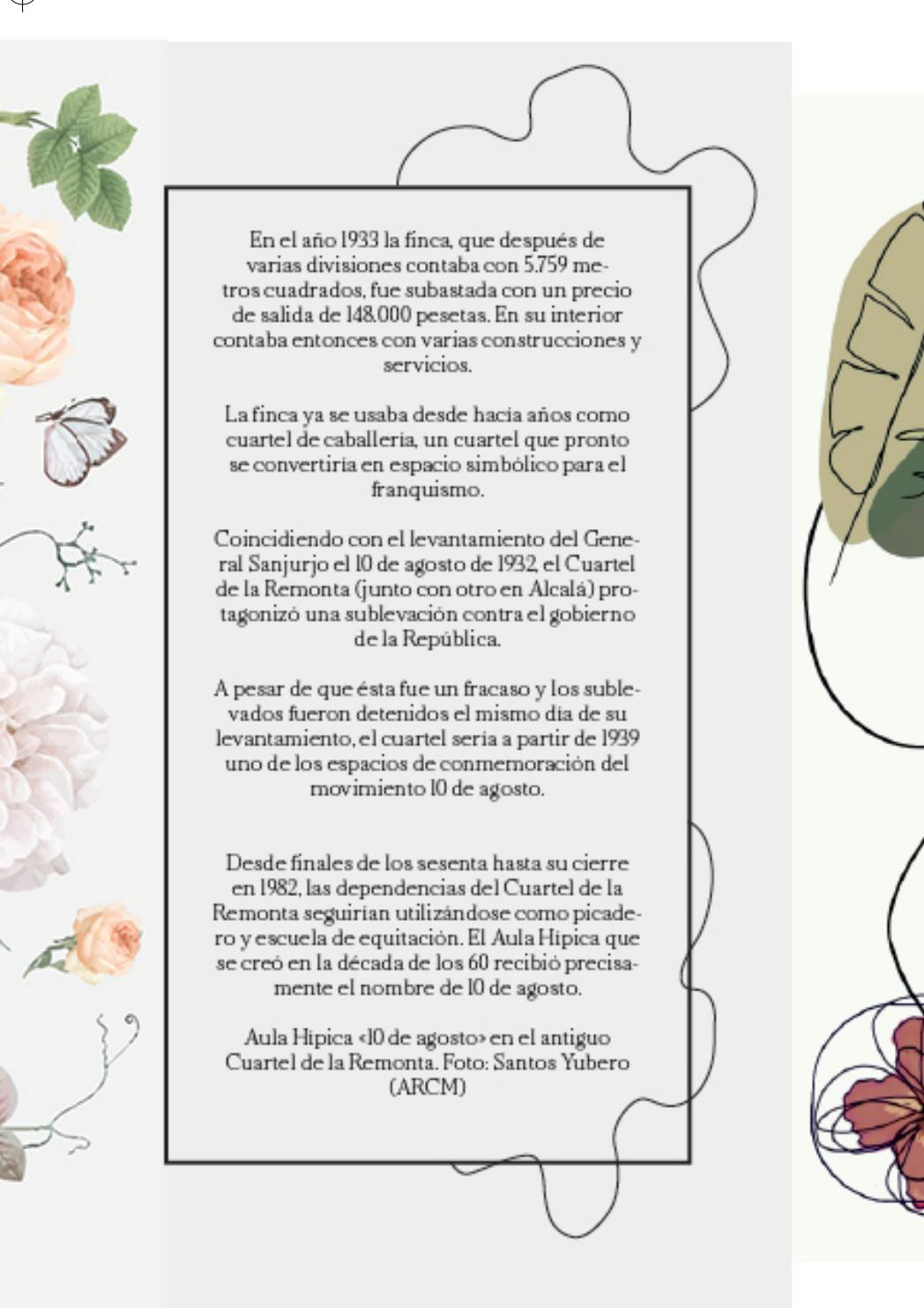


Construida en 1987, siguiendo la estética de las plazas mayores castellanas. Fue concebida como un homenaje a la arquitectura de ladrillos y a los maestros ladrilleros y albañiles que residieron en estas calles. En Tetuán vivimos más de 150.000 vecinos, pero vivir no siempre equivale a hacer vida en un barrio. Por ello, para aportar una dosis de vida al barrio se ha realizado esta intervención.

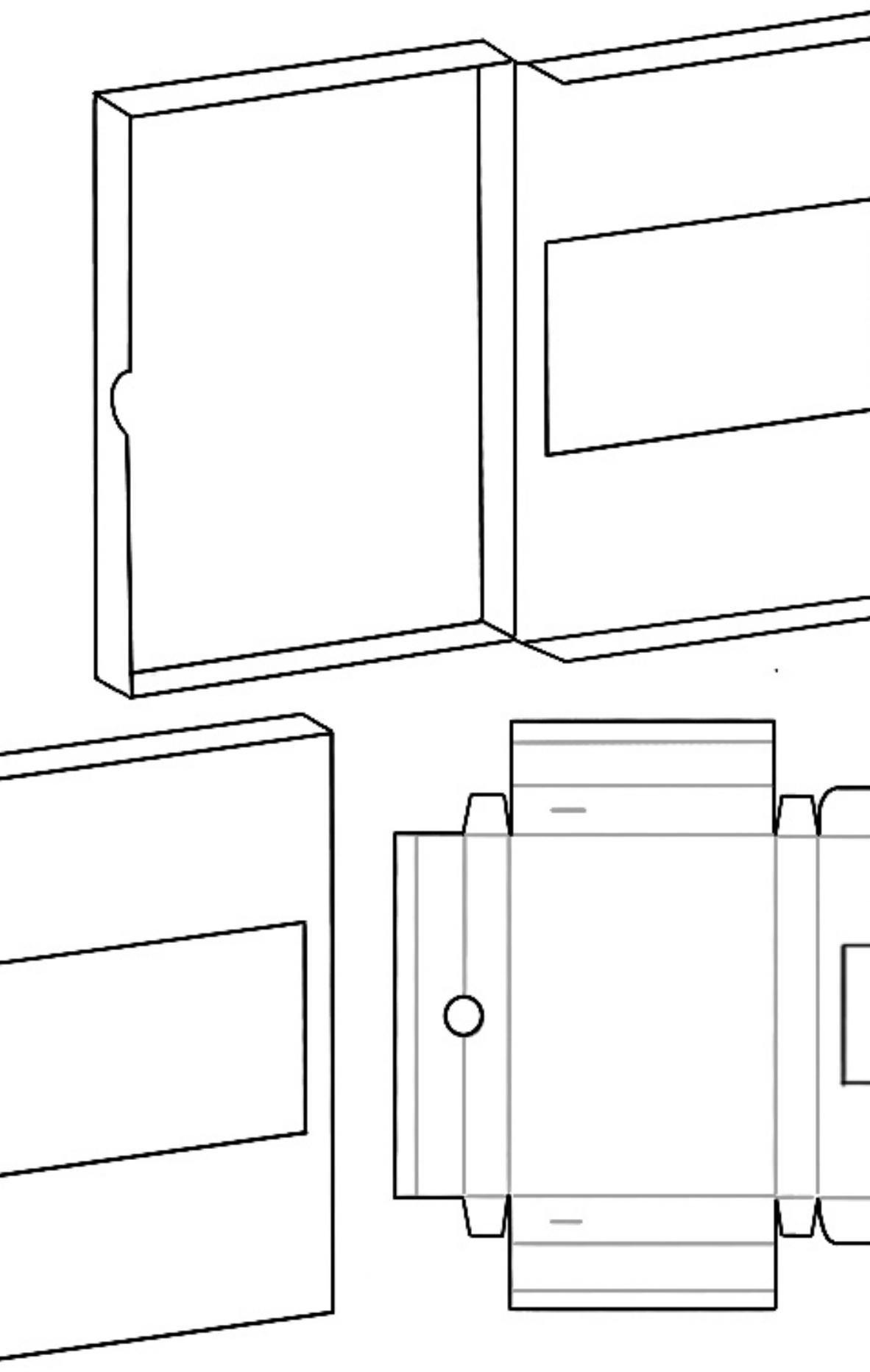
El espacio en si estaba llamado a ser un lugar de reunión desde mucho antes, concretamente desde hace más de 100 años, cuando en este lugar se encontraban los jardines de la Quinta de los Castillejos.



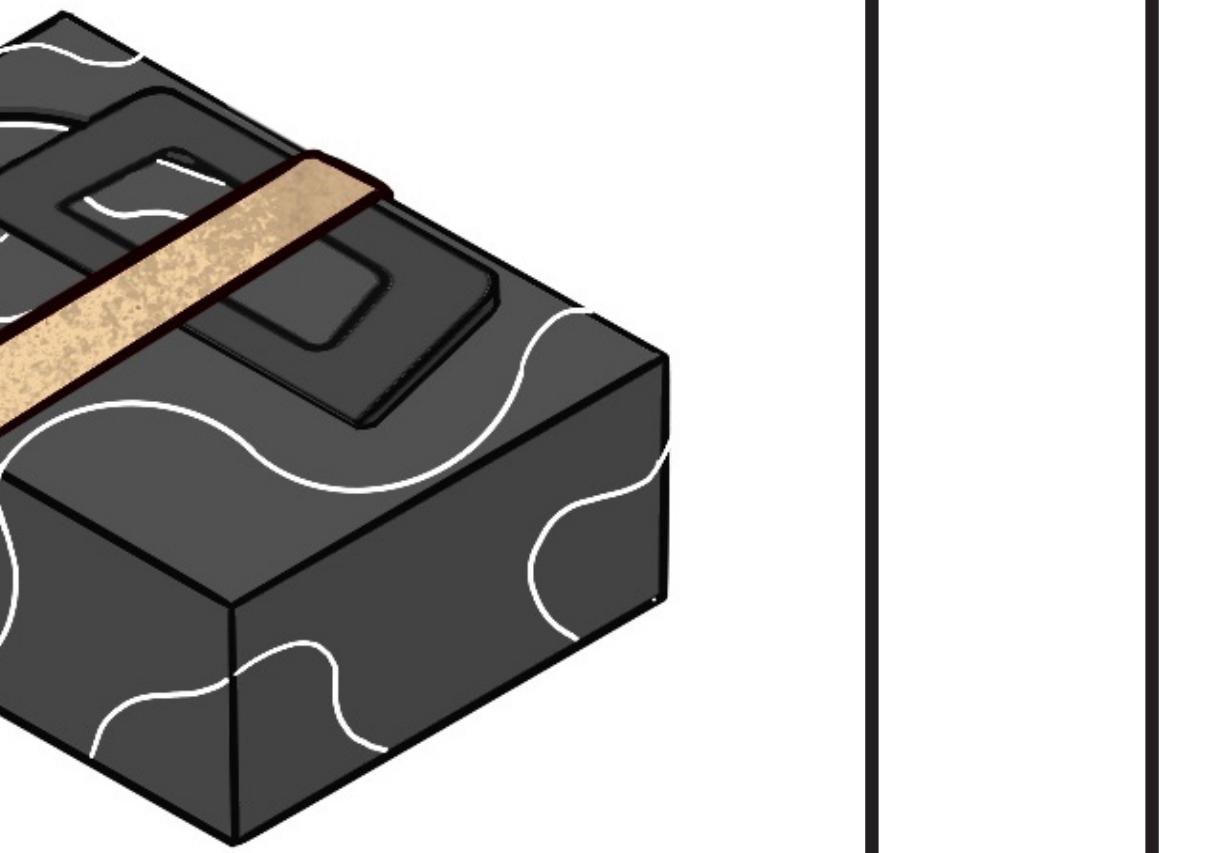
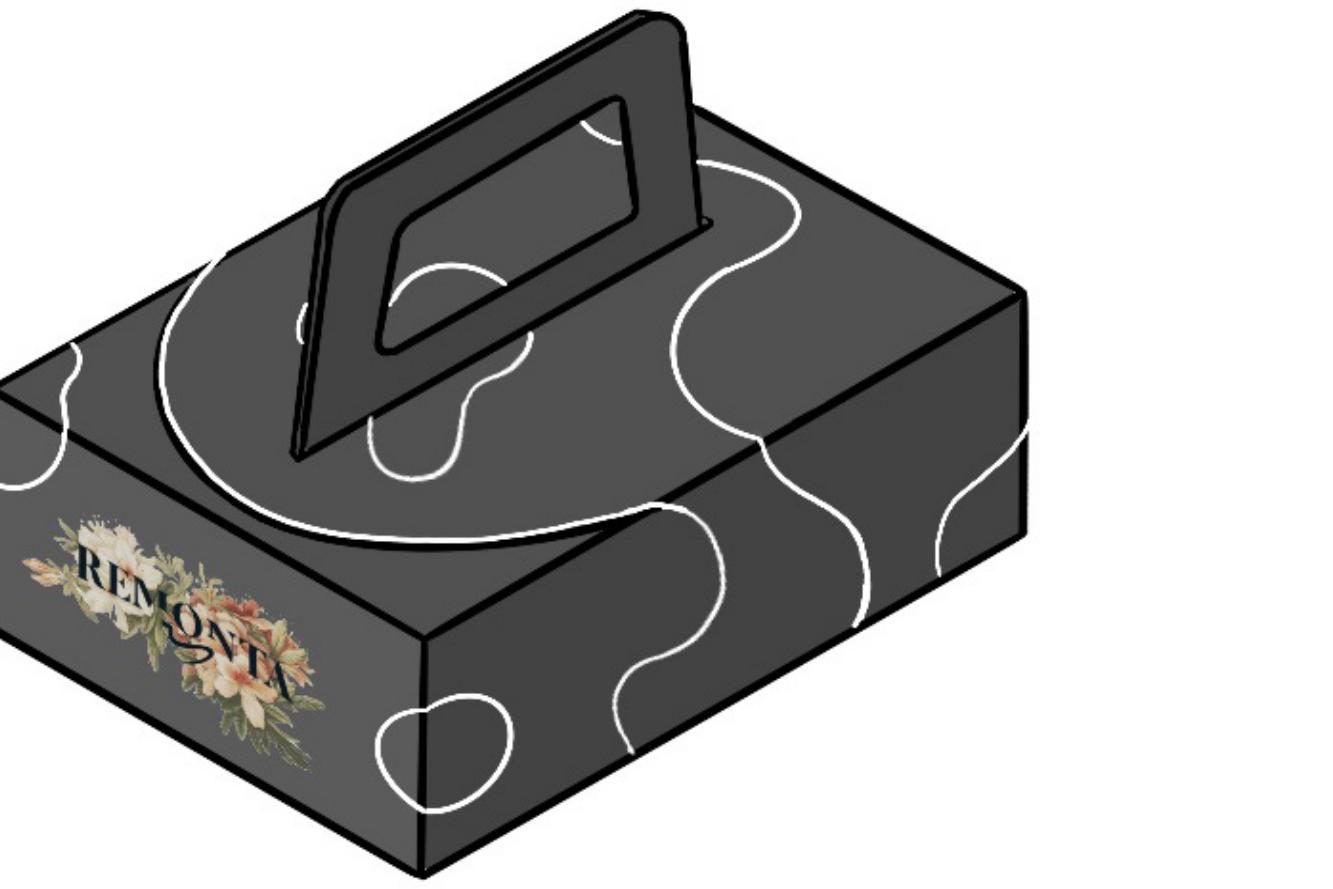
Soprote : papel 120 g de offset blanco
Dimensiones - 21 x 29,7 mm
Impresión - offse



PACKAGING



PAQUETE REGALO



Se trata de la caja personalizada que contendrá todos los elementos conmemorativos de la reforma que se otorgarán como regalo a los vecinos y comercios de la zona.

También se le dará al instituto y al centro de mayores algunas unidades para el uso y disfrute de jóvenes y mayores en la plaza.

Este packaging permite ser usado como transporte para usar estos elementos en la plaza

PACKAGING

