

## PROYECTO DE IDENTIDAD VISUAL. PLANETARIO DE BUENOS AIRES

Lucas F. Rivero  
Emmanuel Tarelli  
Julio C. Naranja

Facultad de Bellas Artes, Universidad Nacional de La Plata

### Resumen

Inicialmente se realizó un relevamiento del Planetario Galileo Galilei de Buenos Aires buscando identificar los problemas de comunicación existentes.

El relevamiento se planteó en tres ejes: Identificación, información y entorno.

En lo que respecta al eje de identificación, el comitente ha sufrido una profunda renovación en cuanto a su contenido y tecnologías; sin embargo, pese a estas modificaciones, el mismo sigue siendo detectado por los usuarios como un museo tradicional.

En el eje de información, el mismo carece de componentes que capten la atención de los visitantes de las inmediaciones del parque en el que se encuentra situado, además de no hacer uso de las zonas turísticas ajenas al sistema de parques y continúa teniendo los problemas de identidad ya mencionados.

Por último, en el eje entorno, los elementos de diseño presentes son escasos y no mantienen una identidad. Se encuentran compuestos solamente por una serie de objetos del rubro astronómico pero carece de señalética en el entorno que atraiga la atención de visitantes o ayude a los mismos a movilizarse e interactuar con sus contenidos de una manera más efectiva, fluida y práctica.

Como resultado de esta investigación se planteó reposicionar al Planetario como un centro turístico innovador, participativo y didáctico, eliminando así el concepto de museo tradicional y unilateral que posee hasta el día de la fecha. Resaltando el carácter tecnológico y novedoso que adoptó en su última remodelación, se plasmaron estos nuevos conceptos en el siguiente: Plan integral de sistematización y revalorización de marca.

**Palabras clave:** Astronomía – Tecnología – Educación – Didáctica - Innovación



## TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN

### PROYECTO DE IDENTIDAD VISUAL PLANETARIO DE BUENOS AIRES

Inicialmente se realizó un relevamiento del Planetario Galileo Galilei de Buenos Aires buscando identificar los problemas de comunicación existentes.

El relevamiento se planteó en tres ejes: **IDENTIFICACIÓN, INFORMACIÓN Y ENTORNO.**

En lo que respecta al eje de **Identificación**, el comentario a seguirlo una profunda reflexión en cuanto a su contenido y tecnologías, sin embargo, pese a estas modificaciones, el mismo sigue siendo detectado por los usuarios como un museo tradicional.

En el eje de **Información** el mismo carece de componentes que capten la atención de los visitantes de las inmediaciones del parque en el que se encuentra situado, además de no hacer uso de las zonas turísticas ajenas al sistema de parques y caminos teniendo los problemas de identidad ya mencionados.

Por último, en el eje **entorno** los elementos de diseño presentes son escasos y no mantienen una identidad, se encuentran compuestos solamente por una serie de objetos del tipo biomórfico pero carecen de señalética en el entorno que atraiga la atención de visitantes o ayude a los mismos a movilizarse e interactuar con sus contenidos de una manera más efectiva, fluida y práctica.

Como resultado de esta investigación se planteó repositionar al planetario como un centro turístico innovador, participativo y didáctico, eliminando así el concepto de museo tradicional y unilateral que posee hasta el día de la fecha, resaltando el carácter tecnológico y novedoso que adoptó en su última remodelación, se plasmaron estos nuevos conceptos en el siguiente **"Plan Integral de sistematización y revalorización de marca".**

#### SEÑALÉTICA Y PUBLICIDAD EXTERIOR



#### SEÑALÉTICA Y ESTAND INTERIOR



**CONCEPTOS APLICADOS A LA SEÑALÉTICA EXTERIOR:**

- BAÑOS
- DOMO
- SEGURIDAD
- BIBLIOTECA IDENTICA
- PLANETARIO ZEISS
- GALERIA ASTRONOMICA
- INFORMES
- DIMENSION COSMOS
- CONSOLA ZEISS
- GABRIOT
- BOLETERIA
- ODISEA ESPACIAL
- BAÑOS
- EXPERIENCIA BOGANG
- SALIDA
- DISEÑO UNIVERSO

#### MEDIOS DIGITALES Y REVISTA



#### FOLLETERIA DE DISTRIBUCIÓN



#### FOLLETERIA INSTITUCIONAL

