

PROYECTO INTEGRAL DE DISEÑO PARA CONSOLIDAR LA IDENTIDAD DE LA UNNOBA, CIUDAD DE JUNÍN, 2015

Julietta Bevilacqua - M. Gabriela López

Se realizó un relevamiento para detectar los problemas que actualmente tiene la identidad de la UNNOBA, dando como resultado: problemas en la marca para reflejar la identidad de la Institución, falta de sistematización en las piezas gráficas y la comunicación en el entorno, graves problemas de jerarquización de la información y la no diferenciación de los públicos específicos según el mensaje.

Buscando solucionar lo anterior, se pensó una estrategia desde la comunicación visual para lograr el correcto posicionamiento y reconocimiento de la Universidad Nacional del Noroeste en la sociedad, mostrándola como una institución de carácter formal, educativo, integrador, público, moderno e innovador. Este mensaje será transmitido a través de la creación de un Sistema de piezas comunicacionales, basados en la organización y la jerarquización de la información según los mensajes y los públicos correspondientes.

Los recursos gráficos utilizados para el diseño de las piezas de comunicación fueron: Selección de colores institucionales adecuados, rediseño y correcta aplicación de la marca en la totalidad de las piezas, sistematización de las piezas de comunicación y de la comunicación en el entorno, utilización de recursos gráficos conectores entre los subsistemas, imágenes fotográficas reforzando la identidad de la institución y el mensaje a transmitir (Universidad moderna e innovadora).

Proyecto integral de diseño para consolidar la identidad de la UNNOBA. Ciudad de Junín, año 2015.

UN·NOBA
Universidad Nacional
Noroeste de Buenos Aires

UN·NOBA Universidad Nacional
Noroeste de Buenos Aires

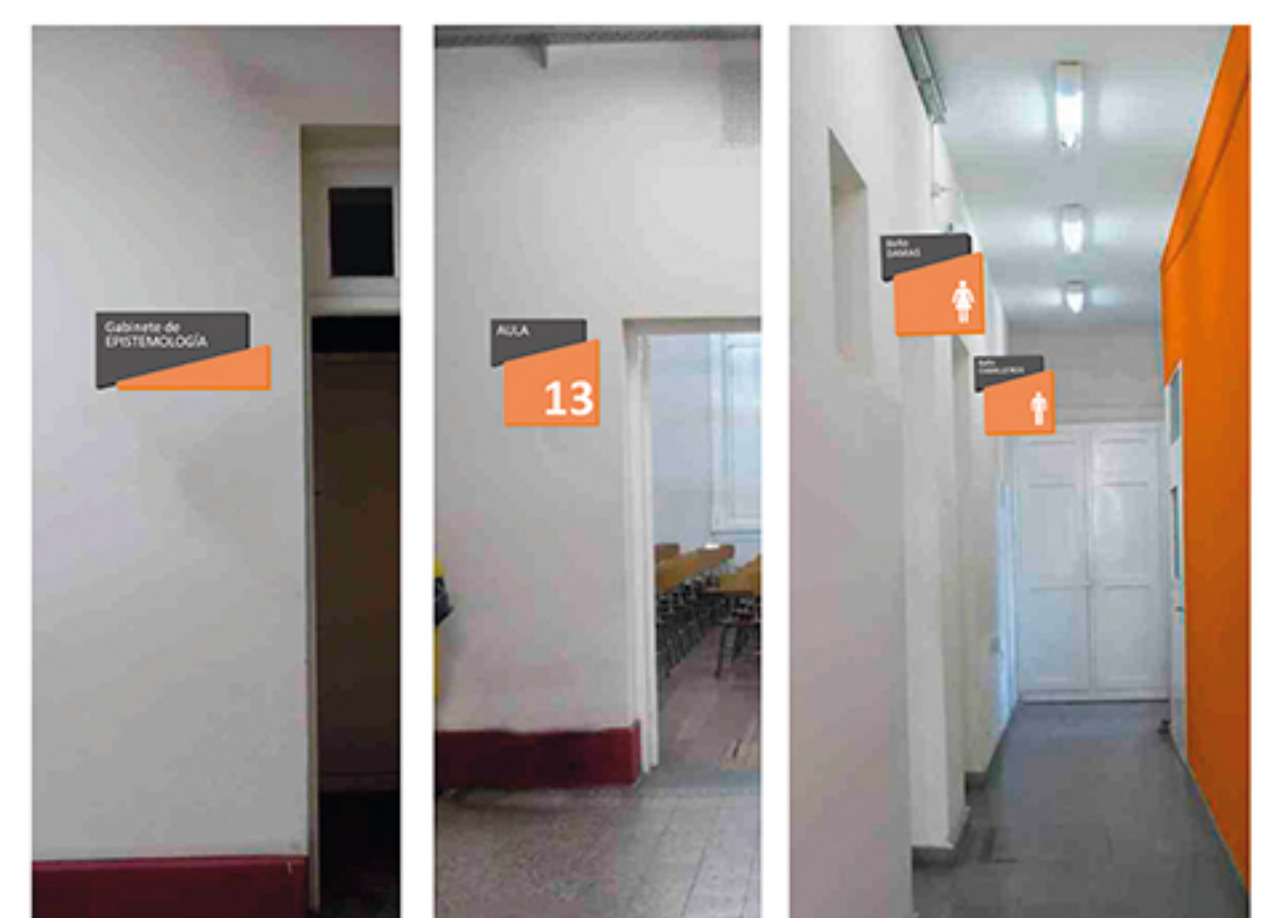
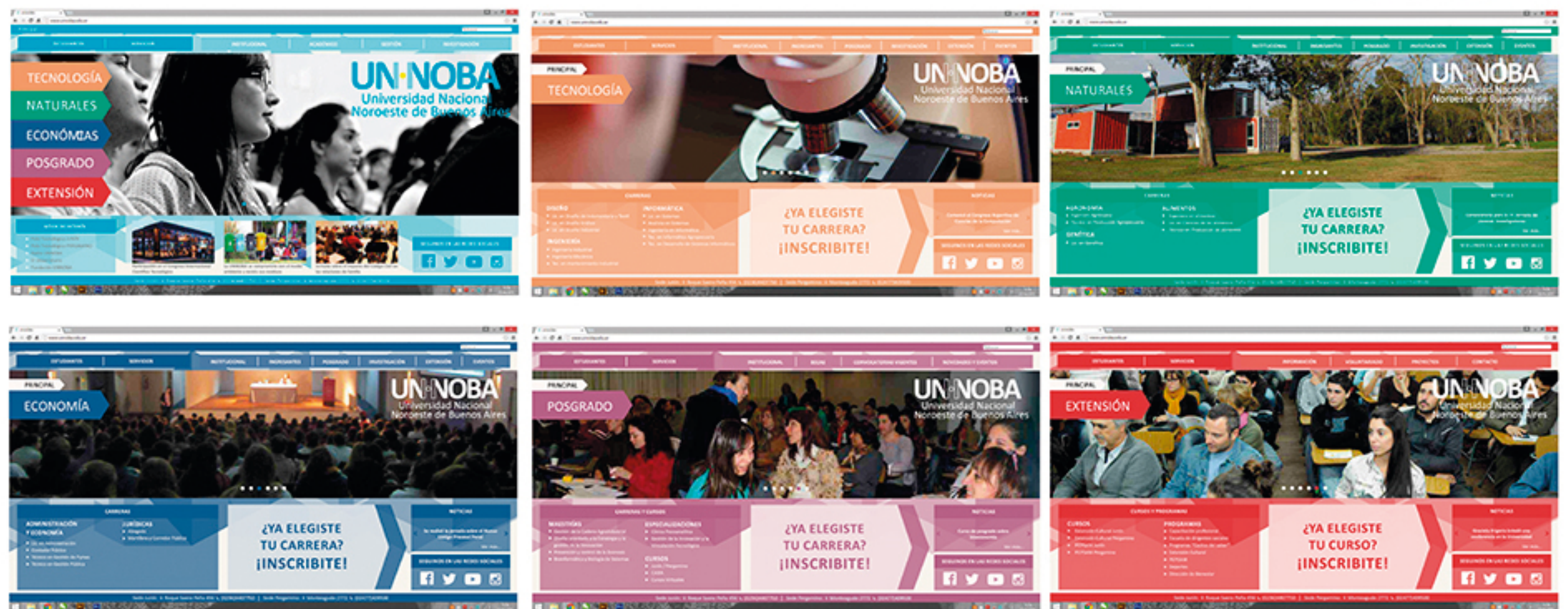
MARCA



Los problemas detectados en la identidad actual de la UNNOBA son: problemas en la marca para reflejar la identidad de la institución, falta sistematización en las piezas gráficas y la comunicación en el entorno, graves problemas de jerarquización de la información y no se diferencian públicos específicos en cada mensaje. La estrategia del proyecto de comunicación visual apuntará a lograr el correcto posicionamiento y reconocimiento de la misma en la sociedad, mostrándola como una institución de carácter formal, educativo, integrador, público, moderno e innovador. Este mensaje será transmitido a través de la creación de un sistema de piezas comunicacionales, basados en la organización y la jerarquización de la información.

Los recursos gráficos utilizados para el diseño de las piezas de la universidad son:

- Selección de colores institucionales.
- Correcta aplicación de la marca en la totalidad de las piezas.
- Sistematización de las piezas de comunicación y de la comunicación en el entorno.
- Utilización de recursos gráficos conectores entre sistemas.
- Imágenes fotográficas que refuerzan la identidad de la institución y el mensaje a transmitir.



facultad de
bellas artes
UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE LA PLATA



cátedra **D**naranja

Taller de Diseño en Comunicación Visual 2-5 D

Profesor Titular: DCV Julio Naranja - Adjunto: DCV Iván Velázquez
Ayudante: DCV M. Gabriela López

ALUMNO: Julieta Bevilacqua

Taller
5