

JEIDAP
3° JORNADAS ESTUDIANTILES DE
INVESTIGACIÓN EN DISCIPLINAS
ARTÍSTICAS Y PROYECTUALES

Secretaría de
Ciencia y Técnica

facultad de
bellas artes

SECRETARÍA DE
ARTE Y CULTURA



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE LA PLATA

PROYECTO DE DISEÑO EN COMUNICACIÓN VISUAL PARA EL REPOSICIONAMIENTO DEL MUSEO DE LA PLATA COMO UN MUSEO DEL S. XXI, 2015/16

Eliana Paola Arenas Aleman – Julio C. Naranja
Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Bellas Artes

Resumen

El Museo de La Plata es un museo universitario, ya que forma parte de la Facultad de Ciencias Naturales y Museo de la Universidad Nacional de La Plata. Actualmente se encuentra en un período de transición de corriente museológica: de la tradicional a la crítica, por lo que todavía no se muestra como un museo del siglo XXI. En cuanto a su identidad visual, no se evidencian sus valores fundacionales latinoamericanistas y transmite una imagen austera, aburrida y poco atractiva al público.

Su nueva identidad visual, propone reposicionarlo como un museo actual, vivo, educativo e interactivo, ajustándose a las características propias de la museología del siglo XXI y reforzar sus valores de integración y respeto por el patrimonio natural y la diversidad de los pueblos. Con ese fin se buscará revitalizar su comunicación visual, brindando información de un modo atractivo a los gustos e intereses de los usuarios, con un estilo de lenguaje amigable y utilizando las posibilidades de la tecnología.

Atributos a transmitir: Latinoamericano, moderno, interactivo.

Palabras clave

Museo – Ciencias Naturales – Latinoamericano – Interactivo

Proyecto de Diseño en Comunicación Visual para el reposicionamiento del Museo de La Plata como un museo del S XXI, año 2017.



El Museo de La Plata es un museo universitario, ya que forma parte de la Facultad de Ciencias Naturales y Museo de la Universidad Nacional de La Plata. Actualmente se encuentra en un período de transición de corriente museológica, de la tradicional a la crítica, por lo que todavía no se muestra como un museo del siglo XXI. En cuanto a su identidad visual, no se evidencian sus valores fundacionales latinoamericanistas y transmite una imagen austera, aburrida y poco atractiva al público. Su nueva identidad visual, propone reposicionarlo como un **museo actual, vivo, educativo e interactivo**, ajustándose a las características propias de la museología del siglo XXI y **reforzar sus valores de integración y respeto por el patrimonio natural y la diversidad de los pueblos**. Con ese fin buscará revitalizar su comunicación visual, brindando información de un modo atractivo a los gustos e intereses de los usuarios, con un estilo de lenguaje amigable y utilizando las posibilidades de la tecnología. **Atributos: Latinoamericano, Moderno, Interactivo.**

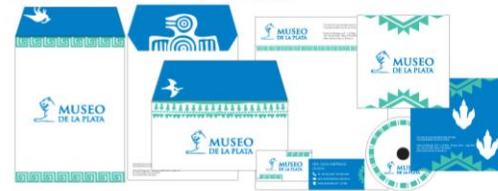
PRESENTACIÓN DE MARCA



Color institucional C97 M40 Y0 K0



PAPELERÍA INSTITUCIONAL



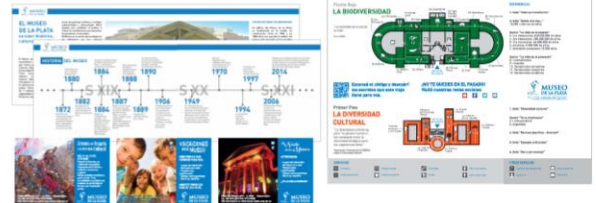
MERCHANDISING



SISTEMA DE AFICHES



FOLLETERÍA



PÁGINA WEB



SEÑALÉTICA



MUESTRAS

