

**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.**

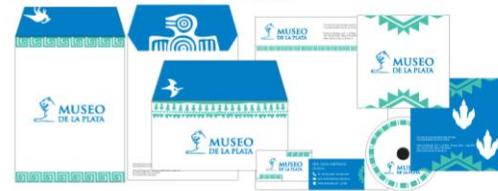
### PRESENTACIÓN DE MARCA



Color institucional C97 M40 Y0 K0



### PAPELERÍA INSTITUCIONAL



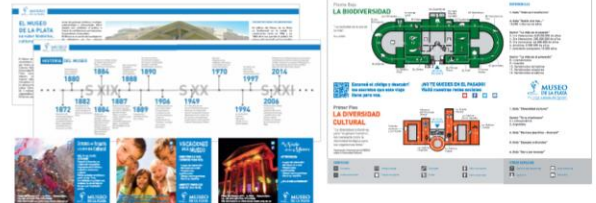
### MERCHANDISING



### SISTEMA DE AFICHES



### FOLLETERÍA



### PÁGINA WEB



### SEÑALÉTICA



### MUESTRAS

