

Imagen Corporativa / festivales 2016

Unidad Didáctica 3/
Trabajo Práctico

Comitente:

Festival de cine, música, artes escénicas, multimedia, etc.

Auspiciante:

Secretaría de Cultura, Gobierno de Buenos Aires y CMD
(Centro Metropolitano de Diseño).

Objetivo general:

Desarrollar la imagen corporativa / comunicacional de dichos eventos.

Metodología:

1. Crear el nombre del Festival, dentro de uno de estos cuatro mecanismos lingüísticos:

– **Descriptivo** (enunciación sintética de los atributos de identidad).

Ej.: Festival Internacional de Música Concreta.

– **Patronímico** (alusión al nombre propio de una personalidad clave del evento).

Ej.: Festival Martha Argerich.

– **Toponímico** (alusión al lugar de origen o área de influencia del Festival).

Ej.: Buenos Aires Festival Internacional de Cine Independiente (BAFICI).

– **Simbólico** (alusión al evento mediante una imagen retórica).

Ej.: Sonar (Festival de música avanzada y arte multimedia).

2. Elegir y relevar una estructura edilicia existente, donde se desarrollará el Festival.

Ej.: Estadio Ferrocarril Oeste; Sociedad Rural; Abasto shopping; Fundación Proa, etc.

3. Relevar el programa de actividades de un festival real para usarlo como referencia de contenidos.

PARTE 1 (Nivel institucional)

Valor de Marca.

Signos identificadores del sistema.

Arquigrafía.

Objetivos PARTE 1

- Desarrollar una estrategia de comunicación y un enfoque rector a partir del análisis del comitente asignado.
- Desarrollar un programa visual acorde a las necesidades, sus reglas básicas de configuración, sus variables, sus constantes y todos aquellos elementos pertinentes que el estudiante considere oportunos para la comprensión global de la problemática.

Imagen Corporativa / festivales 2016

Unidad Didáctica 3/
Trabajo Práctico

Metodología PARTE 1

- Esta etapa del trabajo práctico final busca generar un Programa Visual para el festival.
- Se definirá un enfoque a partir de la temática asignada, que establezca una clara relación entre la totalidad de las piezas a diseñar.
- Se establecerá un partido conceptual/gráfico que permita establecer una relación visual entre las diferentes piezas.
- Este partido conceptual/gráfico será presentado en dos paneles de 70cm x 50cm (horizontales) que contendrán la siguiente cantidad de items:

Valor de marca.

Desarrollo conceptual (del festival, "IDEA")
Desarrollo conceptual (de la marca)
Marca (reducciones y adaptaciones)
Códigos cromáticos (RGB, CMYK, Pantone)
Familia tipográfica institucional
Aplicación color
Aplicación blanco y negro
Aplicación grises

Signos identificadores del sistema.

merchandising (bolsas, remeras, etc)
Promoción: (invitación por correo, flyer, ticket de entrada general, credenciales de acceso y prensa)
Gigantografía (Meca), institucional del festival
Cara pantalla (vertical), institucional del festival

Arquigrafía.

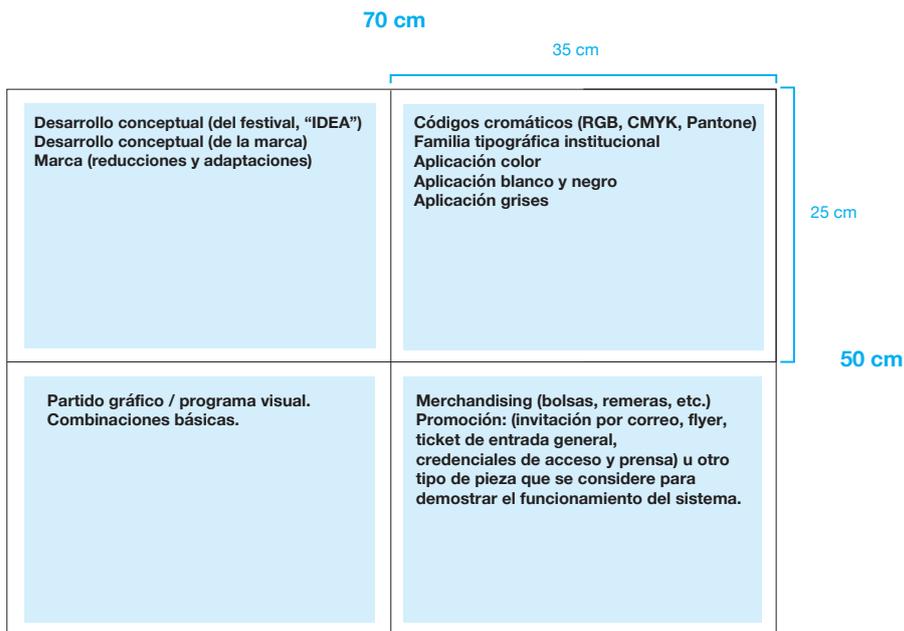
Desarrollo del sistema arquigráfico del predio elegido.
Arquigrafía, fotomontaje de la gráfica aplicada en la entrada del predio elegido.

Imagen Corporativa / festivales 2016

Unidad Didáctica 3/
Trabajo Práctico

Implementación PARTE 1

a) 1 panel de 50 x 70 cm (horizontal): montado en soporte rígido.



b) 2 Panel de 50 x 70 cm (horizontal): montado en soporte rígido.

