

# **Diseño de la identidad visual de localidades destacadas de los departamentos La Capital y Garay pertenecientes al Corredor Costero Litoral, Ruta Provincial N° 1, Provincia de Santa Fe.**

**Marina Lozeco, Leonardo Pablo Javier Cabral**

*Tesistas Cohorte 2013 – Graduados 2015 de Licenciatura en Diseño de la Comunicación Visual - Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo - UNL*

Palabras claves: Diseño - Comunicación - Identidad Visual - Territorio - Historia - Producción - Turismo.  
Área temática: Arquitectura, Urbanismo y Diseño. Subárea: Diseño.

## **INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo corresponde a la tesina de graduación de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Visual. En la misma se desarrolló un programa de identidad visual para el Corredor Costero Litoral (CCL) como sistema madre, que abarque e identifique individualmente como submarcas a localidades destacadas de los Departamentos La Capital y Garay: San José del Rincón, Santa Rosa de Calchines y Cayastá. Estas tres localidades poseen en común cuestiones ambientales, culturales e históricas que hacen de esta zona un lugar con fuerte contenido identitario. Desde un pasado histórico común con más de cuatro siglos hasta un sinnúmero de paisajes y sitios que marcan una identidad propia de esta zona (Collado, 2012).

## **OBJETIVO**

Generar la identidad visual del CCL como sistema madre, que abarque e identifique como subsistemas a localidades destacadas de los Departamentos La Capital y Garay: San José del Rincón, Santa Rosa de Calchines y Cayastá.



Marca paraguas del CCL y submarcas de cada una de las localidades

## **EJES DE LA INVESTIGACIÓN**

La investigación se llevó a cabo en base a los siguientes ejes:

- Los aportes de la disciplina Diseño de la Comunicación Visual. Este eje permite un fortalecimiento y un reposicionamiento del CCL y sus localidades destacadas.
- La indagación en los conceptos vinculados a identidad territorial. Este eje es importante ya que aporta el punto de partida para la construcción de la identidad desde el sentido de pertenencia de los lugareños con su lugar de origen.

---

Tesina de graduación de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Visual titulada bajo el nombre Diseño de la identidad visual de localidades destacadas de los departamentos La Capital y Garay pertenecientes al Corredor Costero Litoral, Ruta Provincial N° 1, Provincia de Santa Fe. Directora: Nidia, Maidana y Co-Directora: Carmen, Albrecht.

- La comunicación municipal. Este concepto permitió pensar acciones para generar un campaña tanto para el CCL como para sus localidades.

## MARCO TEÓRICO - METODOLÓGICO

### Tradición

El concepto de tradición (Williams, 1997) dio sustento teórico para poder seleccionar hechos relevantes del pasado, como por ejemplo pensar en el Camino Real, ya que el mismo fue el primero que unía las localidades de la costa, haciendo referencia a la cuestión histórica de ser la primer vía de comunicación terrestre. De esta manera permitió renombrar el CCL como Camino de la Costa.

### Identidad territorial

La teoría de la identidad territorial brindó sustento para generar una identidad e imagen territorial a partir de la identificación de aquello que distingue al territorio y que diferencia lo que allí se produce de otros territorios. La construcción de la identidad y de la imagen territorial puede basarse en aspectos históricos, culturales, ambientales, productivos, entre otros (Docampo, 2007). La recolección de datos que permitió reconstruir la identidad y la imagen territorial se produjo a partir de los siguientes elementos: estudio y análisis de bibliografía, entrevista a los lugareños y observación y análisis personal en la región objeto de estudio. Esto permitió extraer conceptos claves para el desarrollo de una imagen: naturaleza (río) e historia. Otros conceptos son: tranquilidad, producción, pesca, arte y flores.

### Identidad visual

Luego del estudio y análisis de la teoría de identidad territorial, se pudieron extraer conceptos y características claves que permitieron el diseño de la identidad visual. Para su reproducción se tuvieron en cuenta diferentes medios: espacial, multimedial y gráfico.

### Sistema de la identidad visual

Tiene como objetivo representar e identificar una organización dentro de un determinado contexto. Está integrado por elementos específicamente comunicacionales que dan soporte a mensajes explícitos en todos los tipos de canales y medios utilizados. Cumple también el objetivo de estandarizar el uso de símbolos y materiales utilizados en la comunicación (Chaves, 1999 y 2001).

## PARTIDO DE DISEÑO

### Puesta caligráfica

Tanto Camino de la Costa como las marcas de cada una de las localidades se conciben como marcas de tipo nominal porque se configuran a partir del nombre identificada por los lugareños. La resolución gráfica del signo se inspira en la caligrafía manual de los españoles que fundaron los primeros asentamientos en la región (siglo XVI), delimitando su propiedad a mano alzada.



Ejemplo puesta caligráfica Camino de la Costa

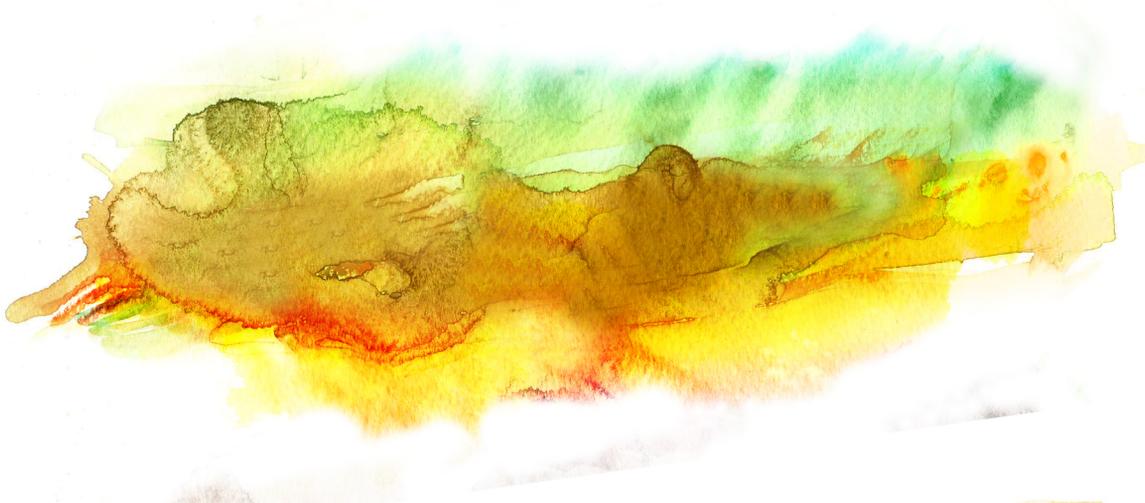
### Color

Los colores de la paleta están inspirados en los ambientes naturales del territorio. Los ríos en la costa son marrones por sus sedimentos, y están inmersos sobre una vegetación muy particular. Esa naturaleza debe pensarse desde colores verdes y amarillos, ya que el suelo (arena) es un factor fuerte que debe ser representado. En el caso del Camino de la Costa el color predominante atiende a un marrón claro, haciendo referencia al suelo que

predomina en esta zona, que es la arena mezclada con la arcilla. Rincón está representado a través del color verde haciendo referencia a sus arboledas características. Santa Rosa: el color es un rojo que representa a los campos de flores. Cayastá: el marrón hace referencia a la tierra, ya que es el sitio donde se fundaron los primeros asentamientos.

### **Mancha de color**

Es una mancha creada a partir de pinceladas aguadas con acuarela que transmiten la atmósfera costera. El recurso está inspirado en una representación de los ríos, que en la región poseen muchos afluentes y meandros, como si fueran 'cintas'.



Mancha de color del Camino de la Costa

### **Tipografía**

Por la necesidad de utilizar una tipografía complementaria se seleccionó la fuente Stone, ya que la misma cuenta con versiones Sans y Serif que permite representar diferentes jerarquías según la situación de diseño que corresponda.

### **Comunicación municipal**

La comunicación municipal (Puig, 2003 y 2009) brindó una metodología de trabajo para organizar los municipios a partir de generar acciones comunicacionales (campañas) que impliquen tanto a los lugareños como a los visitantes del Camino de la Costa. A partir de este concepto, se detectaron las necesidades que existían en las localidades y en el Camino de la Costa. Se generó una campaña con dos tipos de comunicaciones: para eventos y turística.

## **RESULTADOS**

La marca Camino de la Costa se integra a las acciones que promueven las localidades, apelando a una regionalidad conjunta. A partir de aquí se generaron dos tipos de comunicaciones:

- Comunicación de eventos, que acompañan los eventos de cada una de las localidades.
- Comunicación turística, que promociona el Camino de la Costa en los eventos que se producen en la región (Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Santa Fe, 2007). El mensaje "El río fluye déjate llevar" sirve como slogan para cerrar la idea de que la marca "fluye", teniendo en cuenta la fuerte presencia de los ríos en la región.



Pieza ejemplo de la comunicaciòn de eventos: Banner exterior



Pieza ejemplo de la comunicaciòn turistica: Afiche interior

## BIBLIOGRAFÍA

- Chaves, N.**, 1999. La imagen corporativa. Teoría y metodología de la identificación institucional. Editorial Gustavo Gili, S.A. 5º ed. Barcelona. España.
- Chaves, N.**, 2001. Tres generaciones de diseño corporativo. Experimenta, núm 35.
- Collado, A.**, 2012 (Compiladora). El Corredor costero litoral. Conformación del paisaje y reconocimiento de sus recursos culturales. Editorial UNL. Santa Fe. Argentina.
- Docampo, M.**, 2007. Perspectivas teóricas en desarrollo local. Editorial Netbiblo. España.
- Puig, T.**, 2003. La comunicaciòn municipal cómplice con los ciudadanos. Editorial Paidós. Barcelona. España.
- Puig, T.**, 2009. Marca ciudad. Como rediseñarla creativamente para afrontar diferencia y vida emergente. Editorial Paidós. Barcelona. España.
- Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Santa Fe.**, 2007. Programa "Corredor turístico de la costa – ordenamiento territorial para un desarrollo turístico sustentable. Ruta Provincial n°1". Santa Fe. Argentina.
- Williams, R.**, 1997. Marxismo y literatura. Editorial Península. España.