

Resumen

El presente proyecto de graduación fue realizado en el marco de la Cátedra "A" de Taller de Diseño en Comunicación Visual 5 de la Licenciatura de Diseño en Comunicación Visual de la Universidad Nacional de La Plata, Buenos Aires, Argentina.

El motivo del proyecto y de la investigación correspondiente al mismo fue fundamentalmente generar una contribución desde la Comunicación Visual para mejorar las experiencias de todos los usuarios de los Parques Nacionales en la mayor parte de las instancias de contacto con los mismos. Asimismo, se buscó brindar informaciones constantes a los visitantes para fomentar el conocimiento de las Áreas Protegidas y así también regular el accionar de los mismos para la Conservación Ambiental.

Para el presente proyecto se buscó lograr que la intervención de cartelería aparezca visible sin contaminar visualmente el entorno. Asimismo, el propósito fue orientar e informar a los usuarios de manera tal que no se pierda de vista la función y objetivos de la Administración Nacional de las Áreas Protegidas; reglamentando el uso para educar y fomentar la protección de los espacios, y unificar los emisores que conviven en los Parques Nacionales, tanto estatales como privados. Otro objetivo principal fue lograr la coordinación gráfica y reproducibilidad para que la intervención sea aplicable a todos los Parques Nacionales; teniendo en cuenta los puntos de interés principal y los trayectos arteriales de cada Parque y Ciudad y sus circuitos turísticos. Para ello se clasificaron y diferenciaron los atractivos o puntos de interés principal.

Se realizó una investigación introspectiva de la problemática, con el objetivo de diagnosticar el estado actual de las Comunicación Visual de los Parques Nacionales Argentinos en sí mismos y en comparación con otros Parques Nacionales del mundo. Luego se realizaron encuestas cuantitativas y cualitativas, testeos e iteraciones por medio de los cuales se generaron arquetipos de usuarios y se detectaron focos de acción.

Finalmente, se resolvió una estrategia de comunicación transmedia que abarca tanto la identidad marcaría, folletería y piezas publicitarias como una aplicación móvil y piezas de comunicación en el entorno.

Palabras Clave: Diseño de Comunicación Visual – Educación para la Conservación Ambiental – Parques Nacionales - Experiencias de usuario - Comunicación en el entorno – Wayfinding

Abstract

This graduation project was carried out within the framework of the Chair "A": Workshop on Visual Communication Design 5; Visual Communication Design; National University of La Plata, Buenos Aires, Argentina.

The reason for the project and its research was primarily to generate a contribution, from the field of Visual Communication, to enhance the National Parks users' experience in most of the instances of contact with the Parks. Also, it is aimed to provide consistent information for visitors to promote awareness of Protected Areas and, thereby, regulate their actions for Environmental Conservation.

The main objective of this work has been to ensure that wayfinding intervention appears functional without visually contaminating the environment. Furthermore, the purpose has been to guide and inform users so as not to lose sight of the National Management of Protected Areas' role and objectives for conservation. The aim has been, also, to regulate, educate and promote the protection of spaces; and unify touristic entities' (both state and private) communicational policies. Another main objective has been to achieve the graphic coordination and reproducibility for the intervention to apply to all National Parks; taking into account the points of interest and principal routes of each Park and City and its tourist circuits. For this, the main attractions and points of interest were classified and differentiated.

An introspective investigation of the problem was carried out, in order to diagnose the current Visual Communication of the Argentinian National Parks themselves, and in comparison with other World National Parks. Then, quantitative and qualitative surveys, tests and iterations were done; through which users' archetypes were generated, and focus for action was detected.

Finally, it was necessary to create a transmedia communication strategy that encompassed brand identity, brochures and advertising materials as well as a mobile application and environmental communication.

Keywords: *Visual Communication Design - Education for Environmental Conservation - National Parks - Users experience - Environmental Communication - Wayfinding*