

Más para descubrir. Turismo cultural en Mar del Plata

Juliana Delucchi

Bold (N.º 4), pp. 60-65, octubre 2017

ISSN 2524-9703

Facultad de Bellas Artes. Universidad Nacional de La Plata

Taller de Diseño en Comunicación Visual 5 C

DOCENTES

María de las Mercedes Filpe, Claudia Di Paola,
Ángeles Navamuel, Damián Demaro, Luz Grioni, Andrés Brandoni

Más para descubrir

Turismo cultural en Mar del Plata

Juliana Delucchi - julidelucchi@gmail.com

Facultad de Bellas Artes

Universidad Nacional de La Plata. Argentina

En el marco del trabajo de graduación llevado adelante en la cátedra de Taller de Diseño en Comunicación Visual 2-5 C se decidió abordar un proyecto de comunicación integral a fin de promover el turismo cultural en Mar del Plata.

Mar del Plata, como centro turístico, se encuentra anclada en el tradicional perfil de ciudad balnearia que, ante la emergencia de nuevos competidores y nuevas demandas, presenta un modelo turístico que comienza a saturarse y que manifiesta la necesidad de encontrar nuevas alternativas que permitan el reposicionamiento del destino. La ciudad cuenta con un bagaje cultural muy diverso, no solo por su valor histórico (museos, patrimonios arquitectónicos y personajes emblemáticos), sino, también, por una creciente oferta cultural promovida desde ambientes y organizaciones artísticas locales que han impulsado el desarrollo cultural.

En los últimos años, a medida que se consolida la cultura del ocio, se conforma un nuevo

público que exige nuevas y distintas experiencias turísticas y, de esta manera, surge el turismo cultural como una de las alternativas con mayor capacidad de atracción y de desarrollo en el ámbito turístico. Frente a esto se presenta la oportunidad de desarrollar la potencialidad cultural existente como un eje estratégico en el plan de *marketing* turístico de la ciudad.

Se trata de posicionar a Mar del Plata sobre la base de sus valores culturales y patrimoniales, mediante el desarrollo de un modelo turístico cultural que permita diversificar la oferta turística, mejorar su imagen, captar nuevos públicos y reposicionar el destino.

Tras un extenso trabajo de investigación, de relevamiento y de análisis se arribó a la conclusión de que la Secretaría de Cultura de Mar del Plata no brinda una comunicación efectiva ni existe una planificación estratégica a fin de utilizar y de optimizar los recursos culturales de la ciudad. Se manifestó la necesidad de una intervención desde el diseño con el objeto de visibilizar los espacios culturales, de difundir las actividades y de guiar al usuario para que descubra los aspectos culturales de la ciudad y así instalar una nueva alternativa turística.

El proyecto se abocó en primera instancia al relevamiento, la identificación y la *visibilización* de los espacios y las actividades culturales.

De esta manera, se planteó un sistema visual que abarcó cuatro temáticas —arte, historia, teatro y música— identificadas mediante un código cromático que hiciera referencia a dichas actividades.



Figura 1

Afiche promocional. Mapa con puntos destacados del recorrido y guías del circuito de la ciudad



Se relevaron y se identificaron los hitos de cada una a fin de establecer circuitos donde el turista pudiese recorrer los puntos destacados de la ciudad. Para ello, se idearon guías temáticas con mapas y con información sobre los distintos recorridos, a las que se sumaron afiches y volantes para dar a conocer estas nuevas propuestas en la ciudad [Figura 1].

Figura 2

Sistema de afiches para difundir las actividades de la ciudad



A su vez, se pensó un sistema de afiches dispuestos en la vía pública que dieran a conocer actividades, tales como obras de teatros, festivales y muestras artísticas, así como también museos, teatros y lugares para descubrir en la ciudad. En los afiches se utilizaron códigos QR para que el usuario pudiera ingresar a la web y allí acceder a más información [Figura 2].

Dado que las encuestas demostraron un escaso nivel de conocimiento sobre los museos, se propuso incentivar al usuario a recorrer nuevos espacios. Se planteó el diseño de un pase cultural que se pudiera gestionar en línea o en boleterías y que permitiera, con la compra de un solo boleto, el acceso a los museos más destacados [Figuras 3 y 4].

Asimismo, con el objetivo de facilitar la información en los medios más frecuentados por

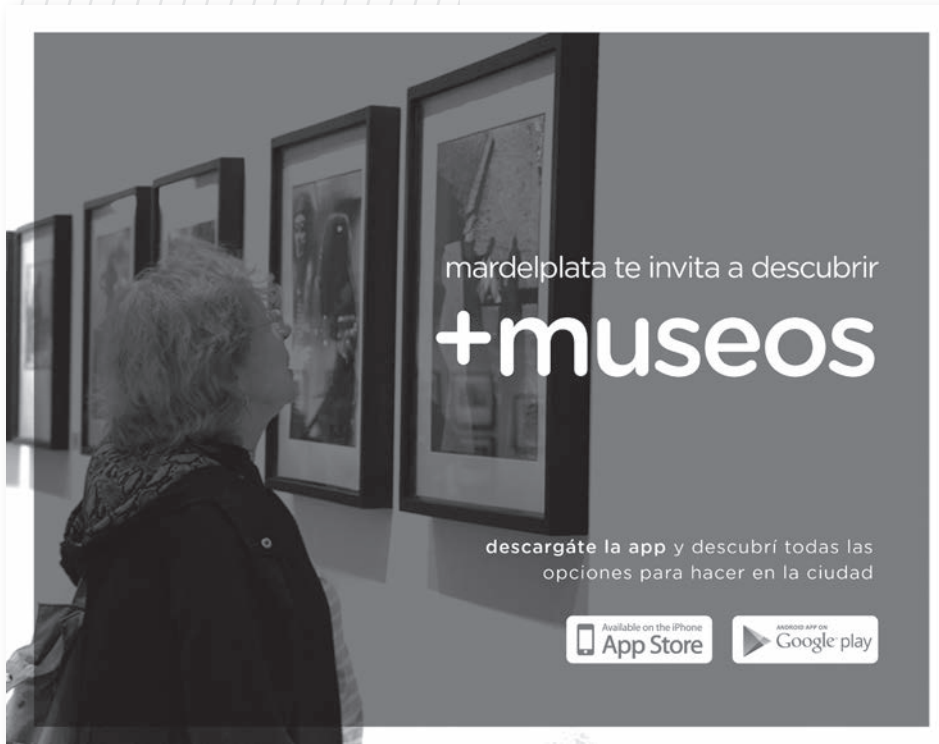


Figura 3

Sistema de afiches para el lanzamiento de la aplicación móvil



Figura 4

Pase cultural que permite el acceso los museos más destacados

los usuarios, se diseñó una plataforma digital donde se pudiesen consultar, desde cualquier punto de la ciudad, la agenda cultural con toda la información sobre actividades, eventos y muestras. De la misma manera, se puede ver el mapa interactivo con los circuitos, los puntos de interés, los museos y los teatros y acceder a los contenidos de las redes sociales, la galería de imágenes y las opiniones de los visitantes.

La plataforma se adaptó a distintos dispositivos para que se pudiera acceder a ella por medio de la aplicación móvil, desde la web o desde terminales de consultas dispuestas en distintos puntos de la ciudad [Figura 5].

Finalmente, esta plataforma se complementó con una propuesta audiovisual: anuncios cortos por cada temática para ser emitidos en redes sociales. De esta manera, se buscó captar a la audiencia y dar a conocer la propuesta cultural, mostrando los aspectos distintivos de esta nueva alternativa turística en la ciudad de Mar del Plata.

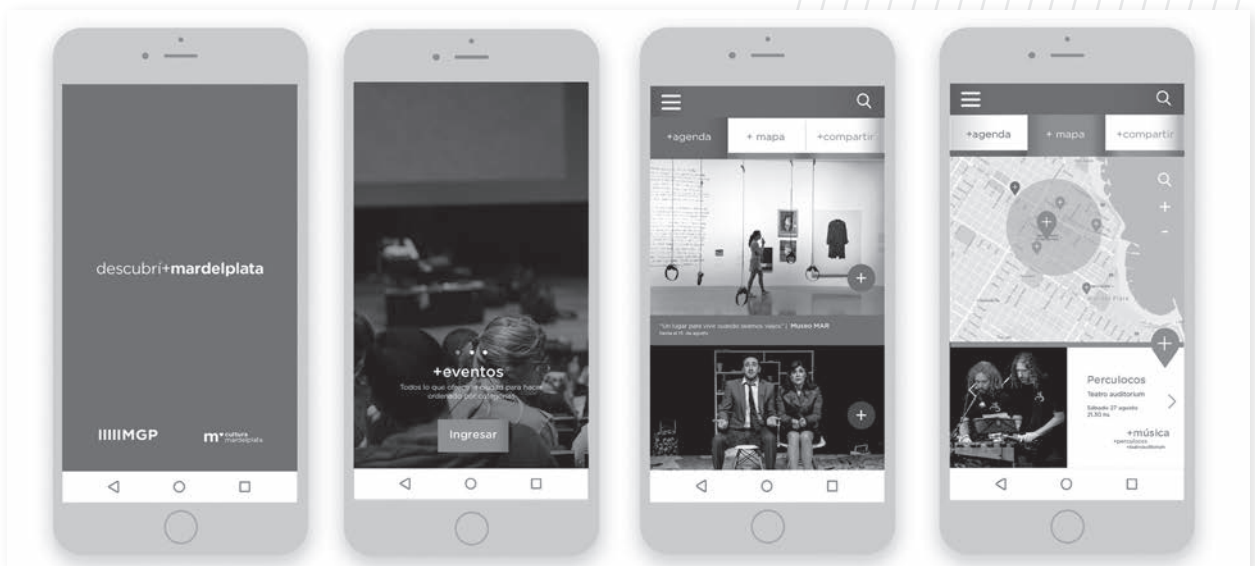


Figura 5

Aplicación con información de todo lo que ofrece la ciudad para hacer ordenado por categorías, lugares más cercanos, galerías de fotos y opiniones

Habiendo atravesado el desafío, vale la pena destacar lo interesante de abordar un proyecto de diseño integral, donde diversas disciplinas se entrecruzan y aportan un gran caudal de conocimiento. Es de gran valor haber podido transitar, a lo largo de un año, el trabajo conjunto con docentes y con compañeros, donde los proyectos y los saberes se retroalimentan y se vuelven un aporte esencial en dicho proceso.