

Sofía Maddalena

sofim.dcv@gmail.com

Facultad de Artes. Universidad Nacional de La Plata. Argentina

// Taller de Diseño en Comunicación Visual 5D

Titular

Julio C. Naranja

Adjunto

Iván Velázquez

Auxiliares docentes

María Gabriela López, Emmanuel Tarelli

La vida en El Campito

Refugio para perros

PROYECTO DE GRADUACIÓN

01

Para mi proyecto de graduación, realizado en el marco de la materia Taller en Diseño en Comunicación Visual 5D, elegí como comitente a El Campito Refugio, una ONG que trabaja en el rescate y en la recuperación de perros sin hogar, y les otorga condiciones de vida digna y fomenta su adopción. Realizan diversas acciones que sacan al campito a la calle e invitan a la comunidad a involucrarse con la problemática a través de la educación y de la concientización sobre la responsabilidad que conlleva tener una mascota a su cuidado y en contra del maltrato animal.

Luego del análisis de los datos obtenidos a partir de la entrevista con el director de la institución, el relevamiento de sus piezas de comunicación, varias visitas al refugio y la lectura de fuentes secundarias de información, se estableció la siguiente hipótesis de trabajo: El Campito Refugio posee un círculo cerrado de contribución debido a que no cuenta con piezas comunicacionales adecuadas que incentiven a la sociedad a la adopción, colaboración y concientización sobre el maltrato animal. Se determinó que sus piezas de comunicación no poseen identidad institucional y dejan de lado los ejes centrales de la organización.

Entonces, para visualizar y concientizar sobre la problemática animal y para ampliar el círculo de involucramiento de la sociedad para con El Campito y sus objetivos, se planteó una estrategia que partiera desde lo positivo, haciendo protagonistas a los perros y apelando a la empatía de las personas a través de imágenes alegres y divertidas de los mismos, y haciendo énfasis en la educación y concientización de la sociedad en general, empezando por los más chicos/as.



Figura 1. Marca e identidad

El proyecto integral de comunicación visual se dividió en cuatro ejes principales: identidad institucional, información, comunicación en el entorno y productos.

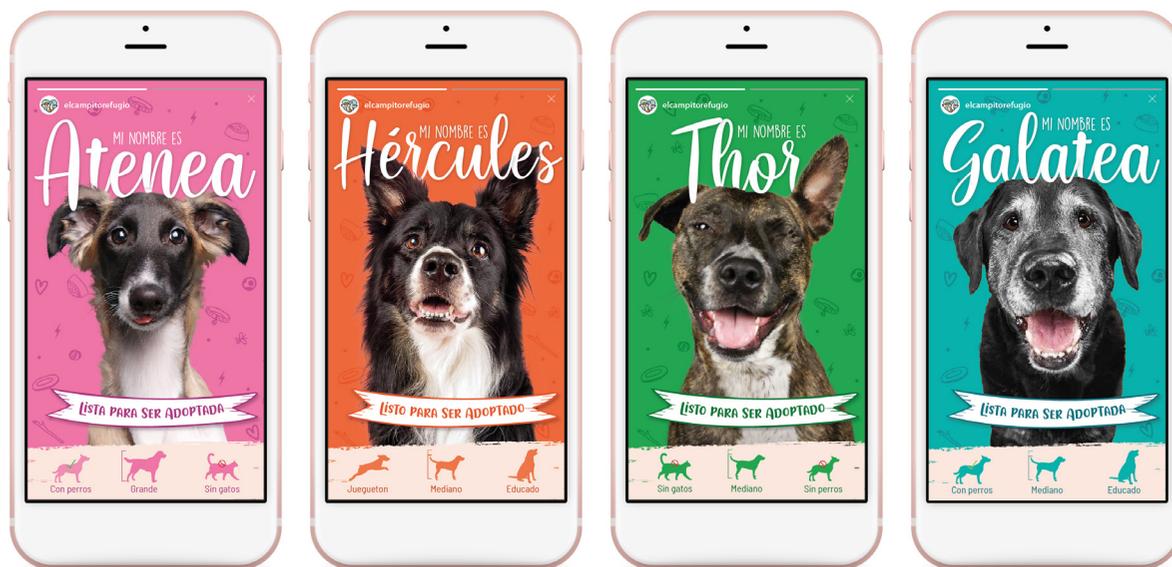
Para el eje de identidad institucional se realizó el rediseño del signo marcario a partir de los conceptos amor, diversidad y bienestar tomando los referentes del signo icónico del corazón, perros con diferentes características y expresiones alegres. Para los colores institucionales se proponen como principales el celeste desaturado de la marca, complementado con un amarillo anaranjado y, como secundarios, dos tonos más oscuros para jugar con los contrastes. Se generaron ilustraciones inspiradas en *la vida en El Campito* que constan de perros en diferentes acciones, objetos de su entorno, palabras relacionadas y valores de la institución, y otras ilustraciones decorativas para complementar la identidad visual, que fue aplicada a diferentes piezas de comunicación como la papelería institucional, vehículos utilitarios y uniformes [Figura 1].

El eje de información se centró en las plataformas digitales, la difusión por redes sociales, campañas en vía pública y piezas didácticas.

Para las plataformas digitales, se rediseño la página web y su versión *responsive* con el objetivo de que sea fuente de información, educación y concientización para la comunidad. Se estableció un código de color para cada etapa de la vida del perro que se repetirá en las redes sociales. A su vez, se sumó una descripción de cada uno para fomentar una adopción responsable. También, se informará sobre los eventos que realiza el refugio, las formas de ayudar y sobre el programa *Campito Escolar*. Además, se diseñó una aplicación con dos funcionalidades principales: el foro, destinado a difundir los perros perdidos y encontrados, donde el usuario podrá ver y subir publicaciones con datos de los mismos, y el calendario que informará al usuario sobre los eventos.

Para la difusión por redes sociales de los camperitos en adopción se retomó el código de color utilizado en la web y se realizó un sistema de signos vectoriales

Figura 2. Historias de Instagram para difusión de perros en adopción



para indicar sus características [Figura 2]. También se pensó la campaña «Cuidá a tu mascota» con el fin de educar a los/as dueños/as sobre los cuidados básicos de sus mascotas.

Figuras 3 y 4. Sistema de afiches para la campaña «Adoptá un mejor amigo»

Se realizaron dos campañas para la vía pública. Por un lado, para la campaña de adopción, se realizó un sistema de afiches que tuvieron como protagonistas a los perros y estén acompañados de frases amigables y simpáticas que causen empatía y ternura [Figuras 3 y 4]. Por el otro, se realizó una campaña de concientización en contra del uso de la pirotecnia enmarcado en las festividades de fin de año. También se pensó la adaptación de las mismas para las redes sociales.



El refugio cuenta con el programa Campito Escolar en el que se realizan visitas al refugio por parte de colegios con el fin de educar y concientizar a los/as más chicos/as. Para dicho programa se diseñaron dos piezas didácticas. Para nivel inicial, se realizó un libro en el cual pueden colorear y aprender a escribir a partir de valores relacionados a la temática, y para el nivel EGB, un *memotest*, en el cual aprenderán los cuidados básicos de una mascota [Figura 5].

Figura 5. Pieza didáctica para nivel EGB: Memotest



Para el eje de comunicación en el entorno se diseñó una entrada al predio llamativa que facilita la identificación del refugio. Con el fin de optimizar la experiencia de los/as visitantes y el trabajo de los/as voluntarios/as en los días de visita, se diseñó un sistema de postas a modo de pasos a seguir. Primero, los/as visitantes tendrán que pasar por la posta 1 de información y donaciones, luego podrán ir a retirar a los camperitos en la posta 2, y tendrán la opción de comprar comida o cargar agua en los platos en la posta 3. Y, por último, podrán enterarse de las maneras de ayudar y conocer los productos en venta en la posta 4.

Como se planteó en el diagnóstico, es importante que los/as visitantes estén bien informados sobre cómo deben actuar dentro del predio y es importante que puedan examinar a los camperitos. Por eso, se diseñó un díptico donde se explican las normas de convivencia y una ficha de observaciones donde

se podrán volcar los datos del perro que hayan paseado. También, se les otorgará a los/as visitantes primerizos/as una pulsera que los/as identifique y un certificado de voluntariado que se le entregará a la salida. Este material se repartirá en la posta 1, acompañado de bolsas biodegradables para juntar las heces de los camperitos. También se diseñó señalética para dentro del predio que indique los diferentes sectores y señalética para la ruta que lleva al refugio.

Para los productos que el refugio venderá para recaudar fondos, se seleccionaron frases tiernas y divertidas relacionadas con la temática y combinadas con los colores institucionales. Este diseño se aplicó al pañuelo «Misión cumplida: camperito adoptado» y a la libreta sanitaria que se entregará a las nuevas familias adoptantes, que marcarán el cierre al ciclo de los camperitos en el refugio (rescate, recuperación, adopción) y el comienzo de un nuevo capítulo en sus vidas.

Agradezco a Elke Vogelsang, importante fotógrafa alemana que se dedica a realizar fotos de animales que me cedió sus imágenes para usarlas libremente en mis diseños y a El Campito Refugio por colaborar en este proyecto.

