

La Casita de Colores, asociación civil

Lucía Del Giovannino

Bold (N.º5), pp. 78-83, octubre 2018

ISSN 2524-9703

Facultad de Bellas Artes. Universidad Nacional de La Plata

Taller de Diseño en Comunicación Visual 5 B

DOCENTES

María Branda, Ana Cuenya

Edgardo Dallachiesa, Evangelina Verón Cuenca, Licia Rizzardi

La Casita de Colores, asociación civil

Lucía Del Giovannino - lucia.delgiovannino@gmail.com

Facultad de Bellas Artes

Universidad Nacional de La Plata. Argentina

La propuesta pedagógica de la Cátedra Rollié —Taller de Diseño en Comunicación Visual 2-5B— enmarca la elección temática del proyecto final de graduación en Bienes comunes de uso social en crisis o conflicto. Bajo esta consigna se busca que los estudiantes que cursan la última instancia del Taller puedan estar inmersos en un contexto específico y elaboren un proyecto que aborde una problemática social determinada, para que con su posterior implementación se pueda mejorar la calidad de vida de la población a la que fue destinado.

Con esa intención, se decidió contemplar como tema del Proyecto de Comunicación Integral (PCI) la iniciativa denominada La Casita de Colores, una asociación civil localizada en Gorina, La Plata. Esta elección tuvo como objetivo general investigar cómo desde la disciplina se puede colaborar con el cumplimiento de los derechos que les son vulnerados a los niños, las niñas y los adolescentes que habitan bajo condiciones precarias en los barrios de la periferia platense. La organización social mencionada trabaja en un reducido espacio físico desde hace veinte años, promoviendo a través de un equipo interdisciplinar actividades culturales y recreativas



LA CASITA DE COLORES

ASOCIACIÓN CIVIL

Figura 1
Signo de La Casita de Colores en su versión policromática

gratuitas destinadas a toda la población infantil que reside en Gorina. Especialmente, brindan contención a la comunidad que conforma desde hace décadas el barrio popular *La Fábrica* que —producto de la ausencia del Estado— se ha constituido en un asentamiento con la toma de sus edificios históricos. Esto ha generado condiciones de vida precarias, con falta de acceso a una alimentación básica, a la salud y a la educación, viéndose afectados en primera medida los menores de edad.

Si bien en la Argentina se ha avanzado de manera significativa en la ampliación de los derechos del niño, como por ejemplo mediante la implementación de la Ley Nacional 26.061 —de protección integral de los derechos de los niños y los adolescentes—, los niños todavía experimentan brechas entre el derecho formal y su ejercicio efectivo, de acuerdo al lugar donde nacen y a las características socioeconómicas y laborales de sus hogares.

Mediante un análisis situacional y comunicacional sobre la organización, se pudieron evidenciar problemáticas comunicacionales como la inexistencia de un mensaje unificado acerca del trabajo que realizan, lo que perjudica la

visibilización de su accionar por fuera de los límites que comprenden al barrio y a los actores que lo componen.

De esta forma, se determinó una estrategia comunicacional que sistematizó la construcción de los mensajes haciendo foco en uno de los derechos fundamentales de la infancia —promocionado especialmente por la organización—: el Derecho al deporte y al juego recreativo. La propuesta planteada hizo énfasis en que la defensa del mismo —como de tantos otros derechos— es esencial para el desarrollo del niño en edad temprana, ya que potencia su desarrollo cognitivo, emocional y social. Esta decisión pretendió poner en relevancia la escasez de espacios destinados a la contención y a la participación de los pibes y de las pibas, a su vez que revalorizó el trabajo de la organización distinguiéndola como una referente en la ciudad en materia de acción social y promoción de la niñez.

Como punto de partida se realizó una simplificación en la identidad visual, a través del rediseño del signo original por la construcción de un fonograma que pudiera reflejar los conceptos obtenidos en el diagnóstico previo, adaptándose a todas las piezas requeridas tanto de uso interno como externo [Figuras 1]. Esta información institucional fue condensada en un manual de normas de uso, donde se especificaron las variables cromáticas y los usos posibles de la marca, además de los recursos gráficos propuestos para sistematizar toda la producción. Estos comprenden el uso del collage fotográfico y de texturas de distintas materialidades, que fueron extraídas del barrio y de la organización, generando un hilo conductor entre las piezas planteadas.



A partir de estas determinaciones pudo confeccionarse un catálogo de piezas institucionales en las que puede verse el sistema de identidad aplicado en la papelería institucional –tarjetas personales, carpetas, planillas, carnets, fichas, certificados–, en los materiales didácticos de uso interno así como en la folletería y en la gráfica externa –arquigrafía, plano de ubicación, cartelera de actividades– [Figura 2].

Figura 2
Piezas identitarias de uso interno y externo

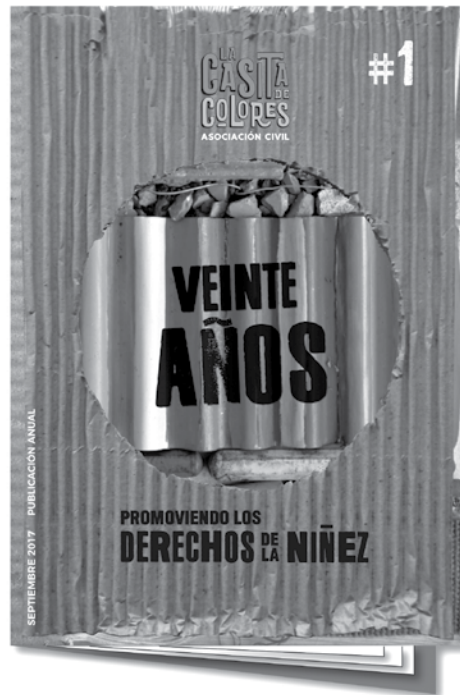


Figura 3
Revista *La Casita de Colores*
N.º 1 (2017)

Por otra parte, se llevó a cabo una campaña comunicacional enmarcada en el vigésimo aniversario de la organización, proponiendo un sistema de promoción externo que pudiera englobar distintas estrategias de visibilización. De esta forma, se buscó alcanzar nuevos destinatarios por fuera del radio de Gorina, que podrían estar interesados en sumarse o en colaborar y aún no lo hacen por el desconocimiento de esta posibilidad. Los materiales de difusión se proyectaron tanto en formato físico como digital y audiovisual —web, redes sociales— posibilitando la comunicación por nuevos canales. Entre ellos, se encuentra la revista de publicación anual, una recopilación de las producciones de talleres [Figuras 3], además de la folletería y de los *flyers* de cada actividad. De la misma manera, se generaron otras piezas con las que La Casita de Colores podrá contar en eventos a los que concurre eventualmente —como marchas políticas— donde las indumentarias o las banderas son piezas de identificación necesarias.

A su vez, se desarrolló un sistema de afiches [Figura 4] con los que se pueda intervenir los espacios públicos del centro de la ciudad, utilizando discursos que logren transformar los establecidos por la opinión pública, encargados de estigmatizar y de criminalizar a los niños y a los adolescentes de los barrios populares.

Con respecto a la comunicación de uso interno, se trabajó en la realización de material didáctico pensado según la especificidad de cada taller, proporcionando una serie de cuadernillos a los que tenga acceso cada participante. En el caso del juego de recorrido *Derechos Jugados* [Figura 5] se ideó como una herramienta para el taller de juegos, con el que las psicopedagogas y las psicólogas que lo articulan, puedan abordar temáticas específicas con los niños y las niñas. De esta manera se estará incentivando la habilitación de la palabra, al generar espacios de debate colectivo en los que se pueden llegar a detectar las situaciones de vulneración por las que están atravesando.

Figura 4
Sistema de afiches



DERECHOS JUGADOS

LOS DERECHOS DEL NIÑO Y LA NIÑA
SE PONEN EN JUEGO

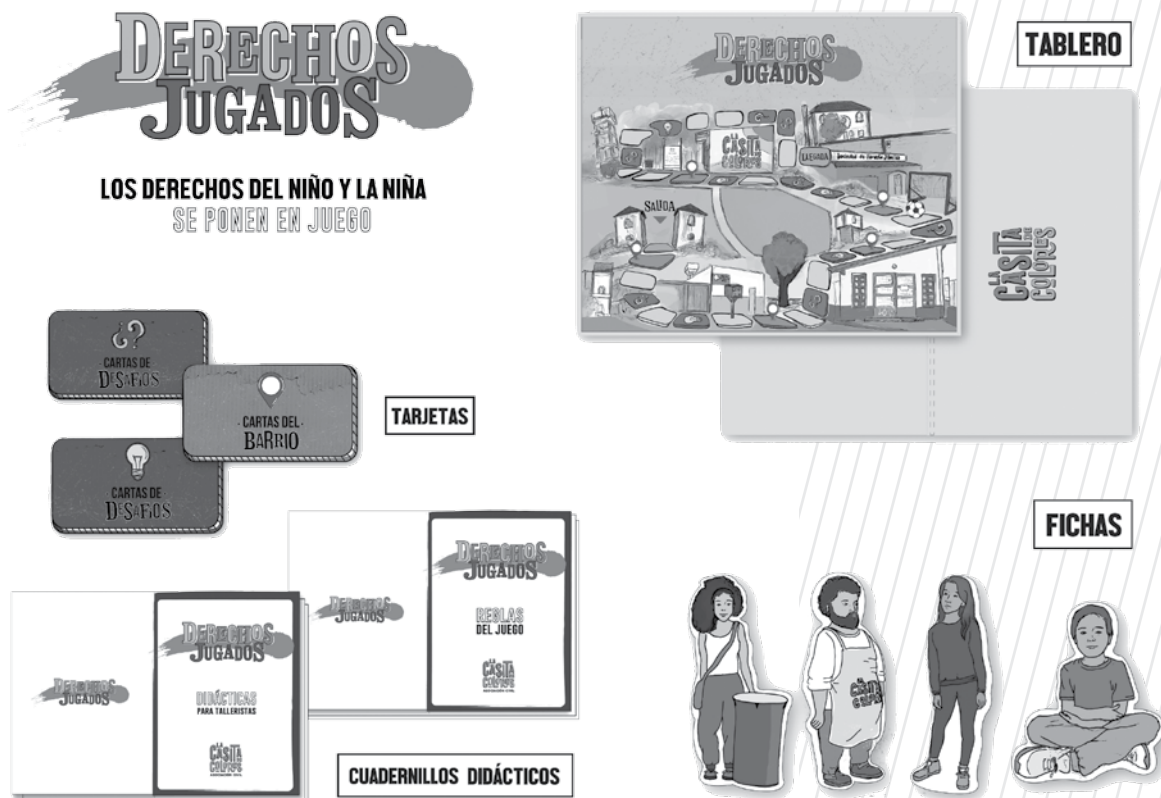


Figura 5
Juego de recorrido
Derechos Jugados

LA
CASITA DE
COLORES
ASOCIACIÓN CIVIL