

Club Aconcagua y Biblioteca Juan Vucetich  
Un proyecto integral para fortalecer la identidad barrial  
Gerardo Echeverría Soulé  
Proyectual D (N.º 3), 2025. ISSN 3008-7473  
<http://papelcosido.fba.unlp.edu.ar/revistas/proyectual-d>  
Facultad de Artes. Universidad Nacional de La Plata  
La Plata. Buenos Aires. Argentina

**Cátedras en contexto**

# CLUB ACONCAGUA Y BIBLIOTECA JUAN VUCETICH

**Un proyecto integral para  
fortalecer la identidad barrial**

**Gerardo Echeverría Soulé** | [echeverria.gl@gmail.com](mailto:echeverria.gl@gmail.com)

**Taller de Diseño en Comunicación Visual 5B**

Cátedra Rollié | [catedrarollie.com.ar](http://catedrarollie.com.ar) | [tallerrollie@gmail.com](mailto:tallerrollie@gmail.com)

## **Docentes**

Ana Cuenya (docente titular), Eugenia Rojido (ayudante diplomada), Nadia Gardella (ayudante diplomada), Ignacio Desuk (ayudante diplomado)

Este trabajo de graduación se enmarca en el *Proyecto de Comunicación Integral* (PCI), que se desarrolla dentro de la cursada de la Cátedra Rollié de Diseño en Comunicación Visual B, en la que se pretenden abordar temáticas relacionadas con bienes comunes de uso social en crisis o conflicto. A través de esta experiencia, las y los estudiantes aplican herramientas de la comunicación visual para resolver y aportar soluciones a problemas comunicacionales que afectan directamente al funcionamiento de estas instituciones y a la calidad de vida de las y los actores con las que se vincula, y que también busca producir impacto en diversos sectores de la población, en especial, los más vulnerables.

Con la mirada desde la universidad pública, el enfoque del taller promueve el compromiso social y la responsabilidad profesional, orientando a las y los estudiantes hacia la práctica del diseño como instrumento de transformación social.

## El proyecto

El presente Proyecto de Comunicación Integral tiene como comitente al *Centro Social, Cultural y Deportivo Aconcagua y Biblioteca Popular Juan Vucetich*, ubicado en Calle 69 N° 480 de la ciudad de La Plata, que busca potenciar la propia identidad y misión institucional desde nuestra área disciplinar. Esta institución trasciende lo deportivo y funciona como un espacio de encuentro y socialización que fortalece la identidad comunitaria. Su valor social es tan importante que cuando un club cierra parte de la comunidad muere con él. Los ejes a abordar y objetivos a perseguir surgen de un diagnóstico y, posteriormente, de una estrategia basada en la recreación y la competencia deportiva, la cultura y la socialización de la comunidad con el fin de lograr recuperar identificación, además de estructurar un plan de comunicación interna y externa que permita recuperar el valor comunitario que históricamente han tenido los clubes. La pertenencia, la contención social y sentimental, el desarrollo y la continuidad en el proceso de socialización primaria, el acceso al derecho al juego, a la cultura y a la participación de un círculo social necesario para transitar una tercera edad activa, son pilares transversales para la vida en socie-

dad. Además, parte fundante de la Institución es la *Biblioteca Juan Vucetich* que hoy, en 2024, representa un lugar de resistencia para el desarrollo del imaginario cultural posibilitando un espacio de cohesión social.

## Diseño para la comunidad

El diagnóstico inicial reveló una serie de desafíos apremiantes para esta institución que lleva ochenta años de historia en la comunidad platense. A pesar de su trayectoria y su rol fundamental como espacio de contención, recreación y desarrollo cultural y deportivo, el Club Aconcagua enfrentaba un sentido de pertenencia desdibujado. La investigación puso de manifiesto una pobre y casi inexistente identidad visual y gráfica, así como una comunicación barrial limitada y poco efectiva con el exterior. Un factor distintivo y complejo era la falta de un nombre definido para el barrio donde se asienta el club, generando una pluralidad de denominaciones que diluía su visibilidad y referencia geográfica. Además, el uso desregulado de sus dos signos identitarios —uno fundacional y otro rediseñado en 2016— generaba confusión y comunicación fragmentada en redes sociales.

A pesar de estas debilidades, el club posee notables fortalezas: cuenta con cerca de ochocientos socios, un balance económico positivo, ofrece más de veinte propuestas heterogéneas de actividades y posee un edificio propio que permite un amplio desarrollo. Su Biblioteca Popular Juan Vucetich, fundada un año después de la fundación del club, constituye un pilar cultural activo con valor histórico y bibliográfico.

El plan estratégico del proyecto buscó revalorizar la función social, cultural y deportiva del club, proponiendo un trabajo centrado en el posicionamiento identitario y el sostén mutuo entre el club y la sociedad. La estrategia se apoyó en transformar los puntos débiles en oportunidades.

Las principales líneas de acción incluyeron:

### 1 Rediseño del signo marcario:

se trabajó en la renovación, que recupera lo fundacional

con una heráldica moderna, simplificando la colorimetría y volviendo a la idea del escudo, para una identificación específica e inequívoca [Figura 1].



Figura 1.  
Signo marcario y aplicaciones posibles

## 2 Sistema de signos iconográficos:

se desarrolló un conjunto de íconos para la identificación clara e instantánea de cada actividad en redes sociales, ordenando la comunicación fragmentada.

## 3 Creación de «Andi» la mascota:

Un cóndor andino antropomórfico fue elegido embajador deportivo. Andi interactúa con las y los usuarios, amplifica la identificación en actividades competitivas y transmite mensajes clave como «No es lo mismo sin vos» o «Hoy juega Aconcagua». También se lanzó la campaña «Llegar hasta la cima, llegar jugando» para reforzar el vínculo entre lo recreativo y lo competitivo [Figura 2].



Figura 2.  
Desarrollo de piezas promo informativas y creación de Andi, la mascota del club e interlocutor

#### 4 Campaña de identidad barrial:

Aprovechando el vacío nominal del barrio, se diseñó una campaña gráfica bajo la frase *Estar cerca de lo importante*, que propone un diálogo de lugares de relevancia del imaginario colectivo con las actividades del club, buscando instaurar Club Aconcagua como la referencia nominal del barrio.

#### 5 Normalización de la comunicación:

Se desarrolló un manual de marca breve que establece parámetros estándar para el uso de la identidad visual, asegurando coherencia en futuras publicaciones y piezas, incluso para las y los usuarios de aplicaciones como Canva [Figura 3].

Figura 3.  
Desarrollo de indumentaria deportiva institucional



#### 6 Desarrollo de piezas de comunicación:

Se crearon diversas piezas como papelería institucional, piezas promocionales para la Biblioteca Popular Juan Vucetich —basadas en la idea de las *huellas* de las historias—, indumentaria deportiva para equipos competitivos y sets de entrenamiento, además de un sistema robusto para redes sociales [Figura 4].

En conclusión, el diseño en comunicación visual se convierte en una herramienta estratégica para que un club de barrio como el Aconcagua, no solo sobreviva en épocas de crisis, sino que reafirme su valor social y siga construyendo comunidad. Al generar reconocimiento y vincularse con el medio, el Centro Social, Cultural y Deportivo Aconcagua reafirma su rol como espacio de convivencia, formación integral y participación democrática, elementos cruciales para la vida en sociedad.





Figura 4.  
 Campaña persuasiva  
 Todo el día en el club

**Para acceder al proyecto completo, ingresar a**

[https://geraecheverriasoule.myportfolio.com/?fbclid=PAc-GRjcAMjzbRleHRuA2FlbQIxMQABpwCimbzCe2N8yYmh-JQuMC5VaUhGAQWfWxuZhb-0pPltvq3Kil4Dlf5goQZZk\\_aem\\_JqzLFn4xxIT1-MPPcEd7Kw](https://geraecheverriasoule.myportfolio.com/?fbclid=PAc-GRjcAMjzbRleHRuA2FlbQIxMQABpwCimbzCe2N8yYmh-JQuMC5VaUhGAQWfWxuZhb-0pPltvq3Kil4Dlf5goQZZk_aem_JqzLFn4xxIT1-MPPcEd7Kw)