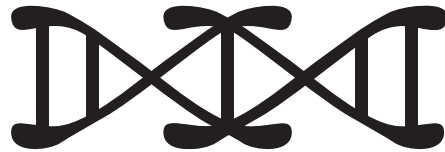

Primer Premio

Yamila Berestovoy · Luz Casemajor · Dalia Levy Mayo





CASCO HISTORICO

de la ciudad de buenos aires

Concepto

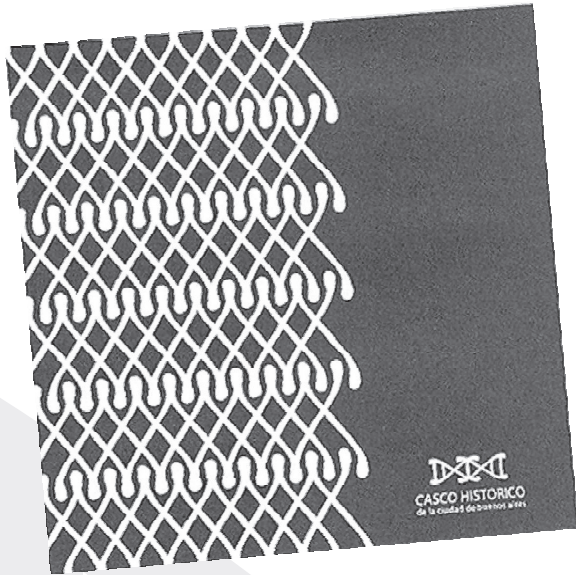
ADN: Conjunto de células que caracterizan a una persona. Hace que cada individuo sea único, otorga identidad. Por este motivo decidimos basar nuestro concepto en la cadena de ADN, porque queremos que la marca del Casco Histórico de la ciudad de Buenos Aires transmita el ADN de nuestra cultura e historia.

Misión

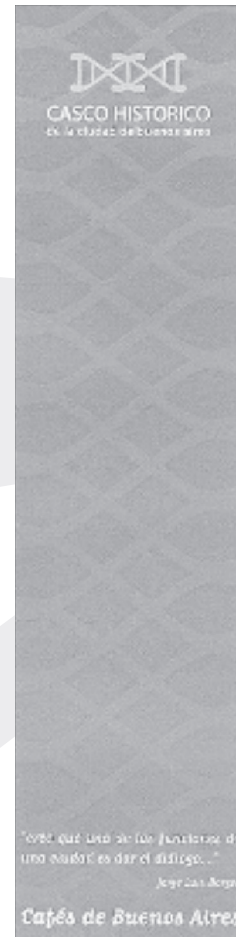
Posicionar al Casco Histórico de la ciudad de Buenos Aires como un atractivo turístico y un lugar de desarrollo de constantes actividades contextualizadas que reflejen la identidad local.

Visión

Que el Casco Histórico de la ciudad de Buenos Aires forme parte de la vida cotidiana de la gente, que guarde en su memoria aquello que nos identifica. Que sea un punto turístico obligado para los extranjeros.



Aplicación de la marca en tapa de CD



Aplicación de la marca en señalador

Promesa de marca

Una experiencia única, vivencial, que retrotrae a tiempos remotos y que permita vislumbrar la identidad propia del lugar.

Competencia

Cascos históricos del interior del país y de otras ciudades del exterior.

Otras actividades turísticas, culturales y de recreación.

Brand Values

Valores funcionales

Circuito integrado por lugares y edificios significativos. Iglesias,

teatros y cines, espacios culturales, cafés notables, restaurantes y bares, confiterías y tanguerías.

Valores Emocionales

Nostalgia, orgullo, identidad.

Valores Centrales

Historia, cultura, raíces, tradición, símbolos, sentimientos, arte, vida, identidad.

Brand Positioning

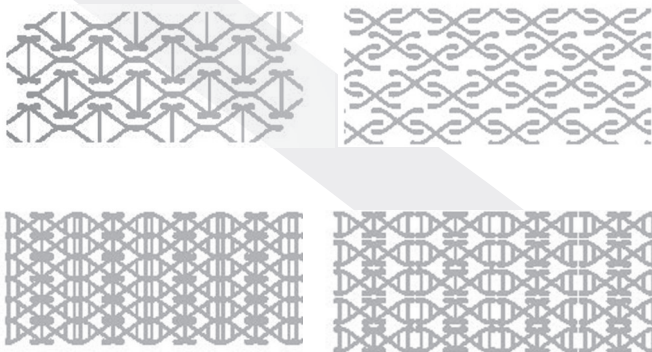
Crear una experiencia real, sorprendente y memorable. Crear

Tipografía Institucional

Rotis Semi Sans Bold

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . ! " # \$ % & / () ? ; : . _ / ;

Texturas



Código cromático



C 45 M 0 Y 80 K 0
R 140 G 203 B 66
Pantone 375C



K 0
R 0 G 0 B 0
Pantone Black

Las condiciones necesarias para la buena vivencia del turista, respetar la identidad del lugar y preservarlo. Crear sensaciones, sentimientos y recordación.

Un viaje a lugares diferentes, para conocer y comprender otras culturas, contemplando y viviendo todas las actividades culturales existentes en dicho lugar.

Brand Story

Un circuito mágico que te traslada a épocas remotas y guarda nuestra identidad. Es el ADN de nuestra cultura y nuestra historia.

Brand Expression

Reja, adoquines, edificios, plazas, iglesias, calles empedradas, vitreaux, museos, ferias, patios, aljibes, faroles, cafés.

Brand Personality

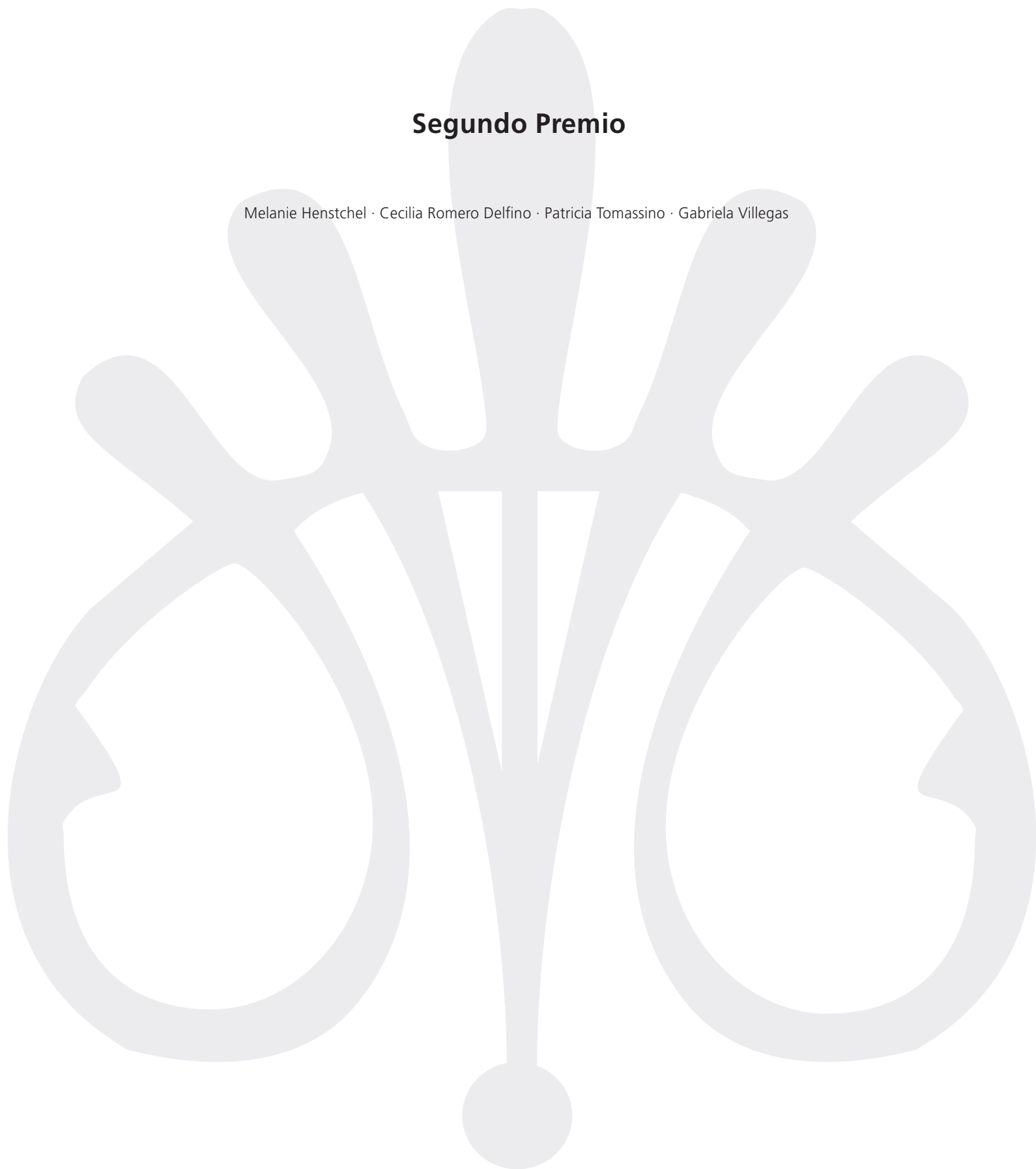
Vivo. Adaptable al cambio, llamativo, avasallante, personalidad fuerte, sensible, amigable, acogedor, multifacético.

Verbal Expression

Susurro, cadencia, armónico, melódico.

Segundo Premio

Melanie Henstchel · Cecilia Romero Delfino · Patricia Tomassino · Gabriela Villegas





La dirección de Casco Histórico de Buenos Aires presentó a la Facultad la problemática de la ausencia de un plan rector para la gestión de su identidad visual.

Una vez recibida la información completa concerniente al Casco Histórico, realizamos un exhaustivo análisis sobre el que determinamos lo siguiente:

Visión

Ser reconocida como un referente nacional e internacional de la cultura, historia y tradición de la ciudad de Buenos Aires.

Misión

Complacer a los visitantes en todos los aspectos culturales.



Aplicación de la marca
en indumentaria



Aplicación de marca en tapa CD y CD

Posicionamiento sugerido:

El Casco Histórico es más que historia, es un recorrido cultural y emocional donde experimentar la tradición de las raíces de la ciudad de Buenos Aires.

En cuanto a la estructura Morfológica y Comunicacional, como isotipo, utilizamos un elemento característico de la ciudad de Buenos Aires, el cual simboliza un peinetón español construido a partir de las rejas "d'Epoque". También hacemos referencia al dinamismo que se incorpora como valor agregado a la marca. Dicho Isologo posee color cian al 100%

Tipografía Institucional

Primaria: Franklin Gothic Medium
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789."/()!¿?&+

Secundaria: Arial
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789."/()!¿?&+



Postal frente y dorso



Aplicación de la marca en señalador

El logotipo posee una tipografía de la familia Franklin Gothic Medium sin serif de color Azul. Sus trazos en regular y bold, son para enfatizar la temática.

El Casco Histórico de la ciudad de Buenos Aires es un lugar para vivir la cultura argentina, respirar la atmósfera histórica, participar en actividades culturales y artísticas y porque no, tomar un café en familia y recorrer sus calles turísticas.

Tercer Premio

Maria Sol Angelinetti · Marisol Gabrielli · Carolina Rodriguez · Juan Pablo Oliveira



CASCO HISTÓRICO
DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Visión

Revalorizar el espíritu de nación, a través de la unión y fusión de diferentes culturas que se ven reflejadas en la arquitectura, habitantes, turismo y barrios que comprenden el casco histórico de Buenos Aires.

Misión

Generar unión a través de elementos culturales, fomentando el sentimiento patriótico.

Posicionamiento

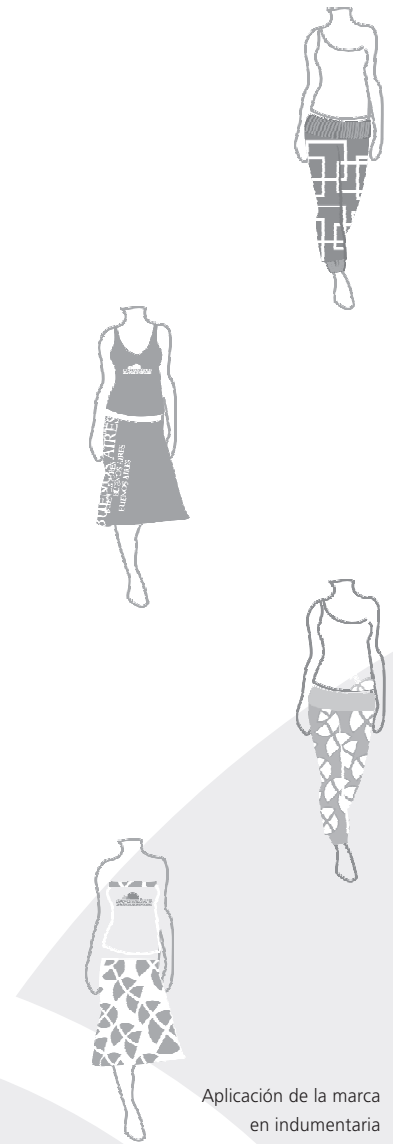
Es un lugar que refleja las raíces Argentinas, su historia y la realidad actual.

El Casco Histórico es:

Diversidad, cultura, historia, calidez, familia, unión, pertenencia.



Papelería



Aplicación de la marca en indumentaria

BRAND VALUES

Valores Funcionales

La marca le brindará al consumidor información, reconocimiento, concientización, pureza y modernidad.

Valores Emocionales

La marca reflejará pertenencia, orgullo, valor, sofisticado, atractivo.

Valores Centrales

La marca hará sentir identificación, integración, intercambio cultural, cosmopolita.

Brand Positioning

El valor diferencial de la marca es el equilibrio entre el presente y el pasado y la integración presente en la diversidad cultural, social, barrial, arquitectónica.

Brand Story

El Casco Histórico de la ciudad de Buenos Aires, se conforma a partir de 2 barrios, San Pedro Telmo y Monserrat, y el eje conformado por la Av. De Mayo. Esta área cuenta la historia del origen de esta ciudad, donde las actividades principales hallaban su lugar. En este espacio conviven miles de personas, provenientes de diversas culturas que hacen de este lugar un

Tipografía Institucional

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789?/%&!

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789?/%&!

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789?/%&!



Texturas

C 60 R 102
Y 75 G 187
M 2 B 80



C 50 R 127
Y 98 G 195
M 2 B 28



C 70 R 78
Y 19 G 185
M 1 B 180



K 100 R 0
G 0
B 0



Código cromático

encuentro multicultural no solo por los residentes, sino también por el flujo turístico.

BRAND EXPRESION

Brand Personality

Hombre de 35-40 años, moderno cálido, estético, servicial, limpio, de tez blanca, simpático. Buen mozo, intelectual, pro activo.

Visual Expression

Será un tono coloquial, más informal, neutro y reflexivo.