

Algunos aspectos a tener en cuenta en el concurso para el diseño del sistema de identidad visual de la “FIESTA NACIONAL DE LA VENDIMIA - 90 ANIVERSARIO”

La Fiesta Nacional de la Vendimia, a lo largo de 90 años, ha construido valores identitarios y culturales que están implícitos en la tradición de los festejos e integran el eje temático “Fiesta Nacional de la Vendimia. 90 años de su creación” establecido en las bases de este concurso.

El concepto(*) que se defina para el proyecto servirá de hilo conductor para que las distintas piezas y/o aplicaciones que conformen el sistema, mantengan un criterio de unidad sin necesidad de una repetición constante de signos y demás elementos visuales. Se pretende evitar que el sistema sea un simple “copy/paste” o solo una adaptación a distintos formatos. Por el contrario, la propuesta deberá permitir que cada pieza tenga sentido por sí misma y además evoque y refuerce la identidad del conjunto.

El concepto “VENDIMIA” se podría sintetizar en tres ejes:

- una alegoría del trabajo local
- un escenario de encuentro social
- un momento para festejar el resultado de esfuerzo.

Estos ejes contienen elementos que durante los 90 años de tradición vendimial, se han establecido en los intereses del público y ya forman parte de la cultura de vendimia.

Algunos de ellos, los que con más frecuencia aparecen vinculados a la idea de la fiesta son:

Lo cultural identitario	Lo social	Lo económico
· El trabajo	· El encuentro con el otro	· El trabajo
· La fiesta	· La poesía	· El esfuerzo
· La música	· El afecto	· El turismo
· El paisaje	· La compañía	· El vino mendocino y su inserción en los mercados internacionales
· La historia		· La proyección de Mendoza hacia el mundo

Este no es un detalle exhaustivo, simplemente es la cita de algunas de las ideas asociadas con mayor frecuencia. Son un ejemplo que podría servir de disparador. Cada participante del concurso podrá tomar los que considere más pertinentes o proponer otros ejes basándose en la rica tradición cultural de Mendoza y los festejos vendimiales.

Públicos

La definición del público destinatario de los mensajes del sistema de comunicación, es la base para lograr la articulación entre los conceptos propuestos y los escenarios de aparición de cada una de las partes que lo integran.

Es necesario considerar que cada segmento de público realiza su particular interpretación.

El concepto vendimia ya se encuentra contextualizado en diversos escenarios y opera sobre la percepción en el público.

Será necesario considerar al público de acuerdo a sus características. La segmentación geográfica es la más frecuentemente utilizada.

Público local

Público regional / nacional

Público regional latinoamericano

Público internacional

Pero se podrían considerar otras segmentaciones. La interpretación de la diversidad de públicos, sus intereses y expectativas culturales y sociales, sin duda redundará en una propuesta de sistema mucho más rica y variada. Un sistema de comunicación visual necesariamente tiene que considerar las variables de los públicos para lograr la propuesta de un relato adecuado a cada contexto.

() En la Memoria descriptiva del proyecto (requerida en el CAPÍTULO III – ARTÍCULO 7 – TÍTULO 1), se deberá explicitar, con una redacción muy breve y sencilla el concepto rector del proyecto. Este concepto, concretamente será el enfoque que cada participante hará de los ejes temáticos establecidos para este concurso.*