

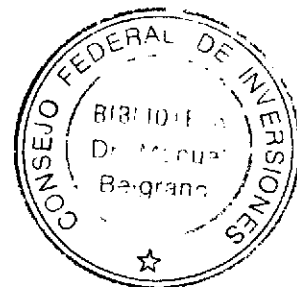
O/F. 305

P 15

II PROVINCIA DE TUCUMAN

45679

**CFI**



ESTUDIO

**IMAGEN INSTITUCIONAL  
PROMOCION DE ACCION DIRECTA  
DE LA PROVINCIA**

INFORME

**ANEXO 1 - PLAN DE TRABAJOS**

TAREAS

**18 - 19**

**INFORME FINAL**

CONTRATO DE OBRA

**Exp. N° 74760001**

FECHA DE LA PRESENTACION

**FEBRERO 2007**

AUTOR

**CARLOS ALBERTO PELLI**

---

**Informe de Introducción****Línea C: Producción de un libro promocional de la Provincia de Tucumán****Tema 18: Evaluaciones preliminares:** Aplicaciones. Contenido. Envergadura.

Cantidad de páginas. Formato.

1

---

**Tema 19: Desarrollo de Producción.** Diseño grafico. Composición fotográfica.

Desarrollo y síntesis de textos. Pre impresión de prueba (a nivel estudio)

Armado y presentación de prototipo (mono de estudio)

4

---

**Informe Final:** Imagen Institucional y Promoción de Acción Directa

6

---

**Compendio**11

---

## **INFORME DE INTRODUCCION**

Habiendo cubierto en anteriores entregas los temas 1 al 17 inclusive, que corresponden al Plan de Trabajos, en la presente se cubren los Temas 18 y 19 con la consecuente entrega del material determinado en este punto, respondiendo así a las pautas preestablecidas para las entregas parciales del proyecto integral de Imagen Institucional y Promoción de Acción Directa de la Provincia de Tucumán, que en su versión textual expresa:

### ***Línea C: Producción de un libro promocional de la Provincia de Tucumán***

***Tema 18: Evaluaciones preliminares. Aplicaciones. Contenido. Envergadura.***

*Cantidad de páginas. Formato.*

***Tema 19: Desarrollo de Producción. Diseño grafico. Composición fotográfica.***

*Desarrollo y síntesis de textos. Pre impresión de prueba (a nivel estudio).*

*Armado y presentación de prototipo (mono de estudio).*

---

**Tema 18:** Como paso previo para determinar Aplicaciones. Contenido. Envergadura. Cantidad de páginas y Formato, se llevó a cabo una serie de evaluaciones preliminares dentro de la Provincia con autoridades y organismos competentes, en particular con el Sr. Ministro de Desarrollo Productivo de la Provincia, Ing. José Manuel Paz y con el Sr. Director de la Casa de Tucumán en Buenos Aires, Lic. Pablo Tonelli, profundizando sobre lo que la Provincia proyecta a nivel promocional y específicamente en materia de recursos comunicacionales para atraer inversores al territorio.

En otro orden, más allá de los límites y extensiones vinculadas a Tucumán, se realizó un estudio sobre lo que otros estados provinciales e incluso organismos nacionales disponen para propósitos similares. Siempre dentro del espíritu de optimización y efectividad para el objetivo en ciernes.

Con la evaluación y conclusiones que arrojaron las consultas y estudios comparativos y con la premisa de producir un material ampliamente versátil y a su vez impactante sobre lo que la provincia encierra en su territorio, se perfiló una temática lo más abarcativa posible, sin que por ello atente contra la efectividad de la propuesta.

Uno de los aspectos que más se tuvieron en cuenta es el de la atemporalidad de los mensajes, que consecuentemente alimentaran su utilización en el tiempo.

Otra premisa rigurosa, consistió en que todo lo que se diga y muestre debe, más que nada, estar enmarcado en la objetividad y veracidad. Condiciones a cumplir sin retaceos para no conspirar con el nivel de respeto que se pretende imprimir.

Sobre los contenidos de la temática, se priorizaron los aspectos no solo representativos de la provincia, sino todos aquellos que con distintos y variados niveles de relevancia, hacen a la imagen general y a la esencia productiva de este territorio.

Cuando se trata de potenciar las posibilidades de los recursos de un territorio y las capacidades activas de sus habitantes, se toman en consideración los aspectos más destacados y significativos, teniendo en cuenta que el objetivo principal, y más difícil, es el de captar voluntades no necesariamente dispuestas hacia lo que se les presenta.

Pero cuando esos objetivos se priorizan, muy probablemente el contenido queda con cierto margen de indefensión ante aquellos -especialmente los locales- que puedan alegar la no inclusión de temas, que reflejen inexorablemente todo lo bueno y malo que se debería mostrar. Este criterio no solo vulneraría el impacto que se quiere lograr ante ojos externos, cambiando los objetivos, y llevando el tema a otras peligrosas latitudes.

Quien recibe a otros en su casa, sea éste de la condición que fuese, con toda seguridad tratará de mostrar lo que considere mejor de lo mucho o poco que en su casa tenga. Y al menos que su propósito sea el de abierta queja, seguro no mostrará a sus visitas, lo que en su casa no esté en condiciones de ser mostrado.

Con la clara premisa de dejar una imagen positiva y abierta de Tucumán, y de todos aquellos que con su creatividad y trabajo contribuyen al crecimiento y fortalecimiento de este suelo, se determinaron los aspectos y condicionantes que permitieron establecer pautas sobre contenido y temática.

En cuanto al aspecto físico del prototipo, luego de dirimir y analizar múltiples variantes, se decidió optar por el formato de 29 x 23 cm, dimensión que resulta apropiada para la visualización panorámica de las imágenes, tanto en lo que hace a lo paisajístico, como a aspectos referentes a la producción y la vida activa de esta Provincia.

A su vez, la cantidad de páginas se estableció como consecuencia del lineamiento temático y la gran variedad de aspectos que este trabajo ameritó incluir en su contenido.

Tema 19: La producción se encaró a modo de convergencia simultánea entre dos grandes caudales: el informativo y el fotográfico. Que conllevaron un mismo tipo de disposición adecuada a cada recurso, tal como lo es la síntesis de los textos y la ardua selección de imágenes, siempre dentro de un equilibrio que por encima de todo cuidase permanentemente lo conceptual y el mensaje.

Con estas y otras premisas prepulidas se dio paso al diseño gráfico que llevó un constante proceso de marchas y contramarchas en pos de cuidados y meticulosos ajustes en todas y cada una de las partes que conforman este libro, como bien se podrá deducir con la sola vista del prototipo que acompaña esta entrega.

*Pre impresión de prueba (a nivel estudio). Armado y presentación de prototipo (mono de estudio)*

Para cubrir esta etapa de presentación de un prototipo del libro, materializado en cuatro copias idénticas, manteniendo fielmente las medidas determinadas para su edición final en imprenta, hizo falta utilizar un considerable caudal de tiempo para recorrer lo que en esta plaza se ofrece en materia de tecnología grafica de tipo offset digital. Tanto en lo que hace a tamaños disponibles, como en lo referente a niveles de calidad deseable para una buena apreciación del material.

El prototipo que se adjunta, se realizó con la mejor calidad de impresión posible para esta etapa, que si bien no alcanza niveles de imprenta permite apreciar correctamente su diseño, contenido, composición de los mensajes, características y atributos de las imágenes.

Como consecuencia de los condicionantes que -al menos en esta plaza- presenta el sistema offset digital, al limitar la impresión a papeles que no superan el tamaño "A-3", se debió recurrir a la impresión de hoja por hoja anverso y reverso. En vez de hacerlo con la metodología de pliegos que hubiesen permitido el armado y posterior cosido con el sistema de cuadernillos.

Opuestamente, la impresión hoja por hoja no tolera el armado en cuadernillos por lo que se evaluaron otras alternativas, siempre con el propósito de mantener el tamaño definitivo y brindar la posibilidad de abrirlo in extenso. Se pensó en el sistema de pegado de las hojas al lomo, pero en razón del volumen generado por las 180 paginas que componen la obra y el grosor del papel utilizado de 170 gramos, este

método se desechó ya que indefectiblemente acarrearía el desarmado del prototipo, tan solo con su apertura.

Para mantener la firmeza del conjunto se optó, entonces, por el sistema de cosido, que en este caso al no disponer de cuadernillos se hizo tomando milímetros de márgenes internos, impidiendo de esta forma la apertura cómoda del libro para su óptima visualización. Situación que quedará resuelta cuando se realice la tirada en imprenta que optimizará la calidad y presentación.

## **INFORME FINAL**

### **IMAGEN INSTITUCIONAL Y PROMOCION DE ACCION DIRECTA**

El presente informe conforma la cuarta y última entrega del proyecto de Imagen Institucional y Promoción de Acción Directa de la Provincia de Tucumán.

Esta presentación reúne e integra el conjunto de las piezas comunicacionales que fueron pautadas para este trabajo, compuesto por: un video institucional en alta definición (HDV) de 12':30'' de duración, presentado en versiones HDV y DVD; un prototipo de libro de 180 páginas de 29 cm. x 23 cm., y un banco informativo y conceptual sobre la provincia, de 200 páginas, impreso y en formato digital.

Se arriba así, a la última parte del proyecto con la presente entrega final de las piezas comunicacionales e informativas que componen toda la batería de instrumentos promocionales para la Provincia de Tucumán, realizados y entregados de acuerdo a las estipulaciones determinadas en el contrato de trabajo y provisión de material, firmado oportunamente, entre el Consejo Federal de Inversiones (CFI) y este experto.

El desarrollo de esta propuesta demandó tres primeras entregas realizadas a fines de abril, junio y octubre, respectivamente, durante 2006. Dichas presentaciones parciales se hicieron a fin de mostrar los sucesivos avances en el desarrollo de cada etapa de producción en consonancia con el plan de acción directa elaborado previamente.

A modo de evaluación global e integratoria, se hace a continuación una reseña sobre pasos y formas que se siguieron a lo largo de este cometido.

La preparación del plan de comunicación y la definición de las líneas estratégicas a seguir, involucró la necesaria interrelación de los diversos participantes en el proceso y en la toma de decisiones, materializada en reuniones y una extensa y fluida intercomunicación vía e-mail con representantes provinciales, a fin de analizar, compartir y convenir objetivos y metas a lograr por los especialistas y realizadores del proyecto. Comunicación que se hizo extensiva a un espectro amplio y variado de instituciones públicas y privadas que mucho contribuyeron para afinar alcances y contenidos.



Un aspecto clave para los propósitos esgrimidos a través del plan, fue establecer un criterio de base como guía para la elaboración de las piezas comunicacionales que delineara el camino a recorrer, manteniendo la coherencia de los propósitos.

El proyecto se encaró como un complejo desafío de gran alcance y versatilidad, capaz de presentar diversas variantes en sus usos e implementaciones, con cuidada atención en cuanto a sus contenidos, a la forma de presentación del mensaje promocional y a los soportes elegidos.

Se realizó entonces, una primera etapa de aproximación y diagnóstico de situación para identificar las características del tema, un estudio previo inicial para determinar, objetivos, necesidades, expectativas, fortalezas, debilidades, potencialidades, ventajas, riesgos, pros y contras generales y particulares, etc. Lo que demandó una investigación exhaustiva sobre la provincia, desde dentro y fuera del territorio, que generó entre otros aspectos, la información taxativa y conceptual necesaria para lograr un acercamiento y profundización sobre la realidad de la Provincia de Tucumán.

La recopilación de datos fue conformando un importante y sólido banco informativo, que constituyó uno de los tres propósitos diagramados en la planificación de este proyecto, y la estructura sobre la cual se comienzan a diseñar las estrategias comunicacionales, que fueron plasmadas en la elaboración de los guiones para la producción de los instrumentos institucionales de promoción: video y libro.

En el caso del video, en primera instancia se elaboró un guión de base con una exhaustiva selección de temáticas y contenidos expresados a través de síntesis conceptuales, destinadas a potenciar los recursos y fortalezas de este territorio, con el agregado de un esmerado trabajo de producción del equipo de fotografía y video en la búsqueda y captura de imágenes, referenciales y representativas, atendiendo a las estacionalidades lógicas que imponen aspectos como paisajes y actividades productivas de la provincia.

Sin descuidar, a su vez, otras temáticas como patrimonio, infraestructura, fábricas, industrias, educación, formación e investigación, vida cultural, población y centros urbanos donde obviamente se destaca la ciudad capital de la Provincia y su exclusivo legado histórico.

Esta gama de objetivos implicó evaluar ciertas consideraciones tecnológicas, más allá de las temporales, para obtener tomas de óptima calidad y precisión, con el objetivo de reflejar de la mejor manera posible rasgos propios y distintivos. Estas características se aplican tanto a la producción del video como del libro.

Se impone destacar, la utilización de tecnología de alta definición (HDV), que permite realizar presentaciones con excelente nivel de definición y profundidad, desde la proyección para pocas personas en pequeños recintos, hasta importantes proyecciones en auditorios de superficies considerables: ferias, eventos, o acciones específicas, con pantallas de grandes dimensiones, asegurando siempre óptimos resultados.

Pero, por encima de todo, se privilegió la comunicación poniendo todos y cada uno de los componentes utilizados al servicio del mensaje. Sin protagonismos manifiestos ni condicionantes que desequilibren la armonía perseguida, a nivel conceptual y temático.

En lo que respecta al armado y presentación del libro, se elaboró para esta entrega un prototipo muy cuidado en su producción y realización, siempre con la consigna de mantener altos estándares de calidad para fortalecer el sentido y alcance del mensaje, dentro de un estudiado diseño que armoniza la composición y la edición, con precisión artesanal en la confección de cada página.

Para realzar aspectos del territorio provincial, se incluyeron imágenes que no solo hablan de la riqueza paisajística, sino que también esa misma riqueza encierra y acompaña el potencial básico y primordial de la Provincia de Tucumán. Es por ello que este experto se permite sugerir que la impresión final debería realizarse dentro de exigencias de calidad y técnicas que no sólo respeten las amplias gamas cromáticas de las imágenes sino que también contribuyan a su realce.

Aspectos que podrán ser evaluados oportunamente.

Con estos parámetros rigurosamente mantenidos, se buscó el logro de una pieza comunicacional-promocional que pueda captar el entusiasmo no sólo de quien reciba este libro con buena disposición, si no también de aquellos que usualmente se limitan a “hojear” esta clase de publicaciones.

Para estos, que sin duda constituyen la mayoría, se pretende que solo con hojearlo puedan absorber su contenido y mensaje, ya que respetando la temática predefinida se dispusieron minuciosamente frases e imágenes en armónicas conjunciones para que desde un mismo golpe de vista se puedan asimilar ambas, sin mediar esfuerzos por parte del lector ocasional o poco dispuesto. Que por lo general cuando se enfrentan a libros que alternan fotos atractivas con textos compactos, difícilmente se detengan a observar estos últimos por la simple razón de que esos textos generalmente impresos en tipografías de cuerpos menores, alteran el ritmo visual con que normalmente se miran fotos.

Es así que todas las frases realizadas y plasmadas a través de rigurosas síntesis y que una y otra vez se tamizaron y ajustaron cuando se las interrelacionó con las imágenes correspondientes, se elaboraron en pos de captar a quienes reciban o miren este libro, aun en forma furtiva.

Y para aquellos que lo harán con interés, previendo el reclamo por lo escueto de la información de los textos, se les ofrece al finalizar el recorrido, una "semblanza" con datos e información más extendida. Siempre dentro de los límites y parámetros que hay que atender cuando se trata, como en este caso, de una pieza promocional, alejada por lógica de profundizaciones informativas.

Por lo tanto, como resultantes del conjunto de este trabajo de Imagen Institucional y Promoción de Acción Directa de la Provincia de Tucumán, se realizaron las siguientes piezas comunicacionales:

Banco informativo (que se terminó de concretar al final del proceso, y como se aclara en el mismo deberá ser actualizado para mantener la vigencia de sus contenidos). Producción y realización de un video institucional (finalizado y presentado en octubre de 2006)

Prototipo de libro de la provincia, pieza que forma parte de la presente entrega final.

En este sentido, cabe señalar que se fue trabajando paralelamente en los diferentes recursos y piezas, ya que los mismos denotan un eje y estructura de base que atienden criterios de trabajo y denominadores comunes, que contribuyen a fortalecer y reforzar las futuras acciones promocionales.

Estos recursos, si bien pueden funcionar individualmente y presentarse de manera independiente uno de otro, en conjunto pueden brindar un mensaje con mayor fuerza e impacto, y por consiguiente con más posibilidades de lograr los objetivos propuestos frente a los receptores.

## **COMPENDIO**

### **TRABAJO DE "IMAGEN INSTITUCIONAL Y PROMOCION DE ACCION DIRECTA DE LA PROVINCIA DE TUCUMAN"**

Cometido que involucra un estudio de posicionamiento, evaluación y desarrollo de estrategias comunicacionales, sumado a la producción de piezas promocionales de acción directa.

**Video Institucional.** Producido y realizado con tecnología de alta definición

**Prototipo de Libro** titulado: TUCUMAN Riquezas Naturales - Desarrollo Productivo.

**Banco Informativo y Conceptual** que más allá de servir como respaldo a lo expuesto en las piezas promocionales, queda abierto a futuras actualizaciones.

Se fue gestando tras una extensa y minuciosa recopilación de datos, que sirvieron como estructura fundamental de base, para la elaboración de las estrategias comunicaciones y consecuente producción del Video y del Prototipo de Libro.

Las tres piezas comunicaciones ofrecen un panorama abarcativo y objetivo de este territorio, emplazado en el corazón de la región Noroeste Argentina, con sus riquezas naturales y desarrollo productivo que se destacan entre sus mayores potencialidades, y están plasmados a través de una minuciosa selección de información e imágenes.

Estos Instrumentos, de amplia versatilidad, conforman recursos que admiten diversas implementaciones, como apoyatura y soporte de acciones institucionales de promoción y difusión, dentro y fuera del país. Ya que el objetivo principal que persigue este cometido, es mostrar el potencial de Tucumán en los diversos aspectos y temáticas que conforman su perfil e identidad. Resaltando cualidades naturales y actividades productivas que se ensamblan e interrelacionan con una gama de desarrollos que dejan a las claras los índices de crecimiento y posibilidades de este suelo.

De esta manera, recursos humanos, labor científica y académica, infraestructura, actividad cultural, escenarios y desarrollo turístico, resultan componentes sólidos que, aunados al espíritu emprendedor de los habitantes de esta Provincia, posibilitan un camino con nuevas oportunidades que impulsan el crecimiento y consolidan el desarrollo.