



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO

**EL DISEÑO Y LA COMUNICACIÓN VISUAL EN LA
PRODUCCIÓN DE ESPECTÁCULOS ESCÉNICOS**

TESIS
QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:
LICENCIADA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

PRESENTA:
KARLA PALOMA RIVAS ROBLES

DIRECTORA: JOHANNA ITZHEL BLANCO RUIZ

FAD UNAM
FACULTAD DE
ARTES Y DISEÑO

CDMX, 2019



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Para mí, que he dedicado gran parte de mi energía y dedicación a este trabajo de investigación. Me siento satisfecha y orgullosa por ver finalmente concluida esta etapa que marca un antes y un después en el camino.

Para todo aquél interesado en hojear un poquito de estas páginas orientadas al diseño de los espectáculos escénicos. Desde lo más profundo, deseo que éste sea un aporte para alguien.

AGRADECIMIENTOS

Deseo comenzar agradeciendo a mi querida ENAP, hoy la Facultad de Artes y Diseño por el aprendizaje y por el apoyo que recibí, que fue más del que esperé. A la UNAM por ser mi alma máter y de la que estoy muy orgullosa de pertenecer.

Muchísimas gracias a mi directora de tesis, maestra y amiga Johanna Blanco por la paciencia, los años esperados, los años aprendidos, las clases de valor dentro y fuera de las aulas. Porque en ellas aprendí el valor del trabajo en equipo, de la humildad, del liderazgo y el agradecimiento por lo vivido. Gracias por abrirme paso al fascinante mundo de las artes y del espectáculo. Las palabras resultan insuficientes para agradecer el apoyo recibido, gracias por estar, gracias por todo.

A los profesores y miembros del sínodo por su apoyo y disposición para la revisión de este documento. Especialmente a Miranda, muchas gracias por tu guía y paciencia en este proceso, las llamadas contestadas ... y las que no también. Al Mtro. Reséndiz por el aprendizaje durante la orientación y por sus comentarios para mejora del proyecto. A los maestros Alejandro Valenzuela y Juan Manuel Juárez por su disposición y apoyo durante la revisión del mismo.

Muchas gracias a quienes me facilitaron la información para realizar esta investigación por medio de entrevistas, material fotográfico y asesoría. Gracias a las personas que formaron parte de mi crecimiento a través del servicio social PCLEE. Asimismo a las personas que formaron parte de los proyectos mencionados en estas páginas; al *crew* que hizo posible el Concierto Videográfico; a todo el equipo de *Mussi*, en especial a Luis Ángel Vázquez y a las personas involucradas en *Torcarium*, por el aprendizaje recibido en cada una de esas etapas.

A las maestras y maestros de las escuelas y la universidad que le dieron sentido a este camino y me inspiraron a querer saber más; a aquellos que sembraron curiosidad a través de los temas expuestos y me dieron las herramientas necesarias para realizarlos. Hago especial énfasis agradeciendo a Sebastián (*q.e.p.d.*), Seferino, Luis Enrique y Sergio por la inspiración que recibí de ellos para llegar al día de hoy, su enseñanza ha sido un gran regalo para mí.

Gracias a mis queridos enapitos, Adrián, Ale, Areli, Arely, César, Daniel y Sara por las risas, los trabajos en equipo, por las historias de pulque en Xochi y las memorables caguamas con Doña Rosse, por las sustanciosas charlas, por las inolvidables fiestas, por las acogedoras y familiares cenas de año nuevo, por su cariño y sincera amistad; porque sin ustedes esto no hubiese sido tan divertido.

A mis amigas que siempre estarán presentes Samantha y Leslie por su inmarcesible y perenne amistad, mi corazón las llevaba conmigo desde tiempos inimaginables.

A mis kermozos carnales Juan y Jimena, y a mis muy apreciados amigos del CUM, Ximena y Masso por ser parte de este camino a través de su verdadera y divertida amistad. Todos ustedes le dan a mi vida mágicos momentos de felicidad.

A Mario por ser y estar en el momento indicado.

A las cajitas *crew*, Martha y Danae por ser tan amenas y ocurrentes acompañantes en el sinuoso camino de las cajas.

A Yazmín por ser guía y acompañante en este increíble camino de luz, te abrazo con el corazón.

A Sandra por ser mi ángel, por su acendrado amor y por siempre creer en mí.

Gracias a Magdalena mi madre, por la vida; por su ejemplo de trabajo, fortaleza y pasión por el hacer; por la inspiración hacia las artes gráficas y el apoyo recibido durante mi desarrollo escolar y profesional. Gracias por darme todo para descubrir que no necesito grandes cosas para alcanzar el camino de la felicidad.

A René mi padre, por la crianza, por los momentos buenos y el aprendizaje; a mi papá (...) por la vida, una vida que he construido con mucho amor.

A René mi hermano, por ser mi compañero y cómplice de vida, por impulsarme a reforzar mis fortalezas y a superar mis debilidades. Gracias por ser uno de mis grandes maestros de vida.

A mi abuelita Mamachayo por su entereza, por el infinito amor que me ha dado y por su mágica protección a través de la oración.

Podría llenar decenas de cuartillas mencionando a todas las personas que han aportado en el camino; por mi parte agradezco a todas las almas con las que coincidí durante escuela, la universidad, en el trabajo, en los viajes, la familia. Gracias por lo aprendido y lo vivido, que no están mencionadas aquí y no por ello considero menos importantes.

Al amor, que es el principio del todo.

Al maestro que me trajo aquí: El mar.

Gracias por el espíritu, por la conciencia y la vida.

Cierro este ciclo en plenitud.



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	11
Capítulo I. La cultura como espectáculo	15
1.1 La estética de los espectáculos a través de la cultura.	15
1.2 La ópera y el teatro del México independiente	25
1.3 El circo, la maroma y la teatralidad	33
1.4 La zarzuela y el teatro ambulante	39
1.5 El teatro contemporáneo y universitario	45
1.6 El boom de los festivales y espectáculos del siglo xxi	53
1.7 El contexto actual	73
Capítulo II. El diseño de espectáculos escénicos	77
2.1 El diseño de espectáculos culturales.	77
2.2 El plan de trabajo	79
2.3 La preproducción	91
2.4 La producción creativa (Diseño de proyecto)	103
2.5 Producción	133
2.6 Comunicación e imagen de un espectáculo cultural	136
2.7 Postproducción	144
Capítulo III. Análisis de proyectos	147
3.1 Concierto Videográfico, <i>reinvencción</i> 2014	149
3.2 Las Siete Bellas Artes para Niños, <i>Mussi y la Máquina del Tiempo</i>	167
3.3 <i>Torcarium</i>	185
RESULTADOS	197
CONCLUSIONES	205
ANEXOS	207
GLOSARIO	228
BIBLIOGRAFÍA	230



INTRODUCCIÓN

Los espectáculos escénicos han existido desde tiempos históricos. Desde su origen, el crédito sería otorgado principalmente a los dramaturgos, bailarines o músicos que la integraban y poco era el interés de saber acerca del trabajo que involucra la preparación de éstos. Hoy en día la imagen cobra un significado relevante en su uso durante la vida cotidiana, la publicidad, los medios de comunicación, entre otros, gracias a su evolución durante el último siglo.

Los espectáculos han sido testigos de la masificación de la imagen formando parte de su crecimiento. Tomando en cuenta a la imagen y al desarrollo incalculable de las nuevas tecnologías, los espectáculos han sabido valerse de estos recursos con el fin de mejorar la calidad del impacto en las propuestas nacientes. De este modo, la imagen en los espectáculos a partir de este siglo se convertiría en un principio necesario que debe ser tomado en cuenta durante la planeación y la realización de los espectáculos. Aprovechando este principio hoy en día un gran número de disciplinas dedicadas a la imagen pueden integrarse al equipo de trabajo dedicado a la construcción de los espectáculos escénicos.

Como se proyectó desde inicio en la licenciatura de Diseño y Comunicación Visual, el diseñador tiene la oportunidad de reconocer las áreas del diseño y la aplicación de sus conocimientos ya sea para la creación de campañas de identidad gráfica o en la búsqueda de proyectos alternos e integrales de diseño e imagen que comunican bajo un concepto previamente establecido. Es labor de los creativos buscar de qué manera el diseño influye en el desarrollo de éstos proyectos expandiendo la búsqueda de éstos en el medio laboral.

Se eligió el presente tema de investigación porque permite conocer y explorar los dominios que involucran al agente creativo dentro de un proyecto escénico. Un espectáculo escénico permite al diseñador involucrarse en las áreas del diseño de las cinco orientaciones que ofrece la Facultad de Artes y Diseño durante la carrera de Diseño y Comunicación Visual (diseño editorial, fotografía, audiovisual y multimedia, soportes tridimensionales, e ilustración), el descubrimiento de nuevas superficies para la expansión del diseño ya

que en un gran número de casos las tareas que pudiesen ser ejecutadas por diseñadores, se realizan en numerosas ocasiones por quienes no son cuentan con suficientes conocimientos en el manejo de la imagen.

Ante la necesidad de profesionalizar el desarrollo de imagen en los espectáculos escénicos y culturales surgen nuevos enfoques en los estudios relacionados con la dirección de arte o la imagen y la comunicación abriendo posibilidades en las áreas de desarrollo del diseñador incluyéndolo en la producción de espectáculos. Debido al creciente interés de los diseñadores en éste tema se analizarán las áreas de oportunidad en la producción de un espectáculo escénico y cultural buscando con esto influir en el desarrollo profesional del diseñador y comunicador visual interesado en la materia.

Es prudente tener conocimiento de las áreas creativas dentro de la producción de espectáculos escénicos y culturales a través la producción creativa y la comunicación e imagen del proyecto. Dentro de éstas se darán a conocer los factores que inciden en que el diseñador tenga mayor o menor participación. Gracias a rapidez con la que se desarrolla la tecnología en conjunto con el arte y el diseño se generará una oportunidad para el diseñador el poder desarrollarse además en proyectos de escenografía, audiovisuales, iluminación, diseño de imagen y comunicación dentro de la publicidad de un espectáculo cultural.

Es valioso expresar que al hablar de espectáculos se hace referencia también a las experiencias y a los momentos, esos que crean emociones y sentimientos a quienes disfrutan de ellos y a quienes se involucran en él, sin importar la magnitud ni el tipo de espectáculo, todos ellos tienen un mismo objetivo de generar una reacción al espectador y el diseñador es capaz influir en gran medida en el éxito de este engranaje.

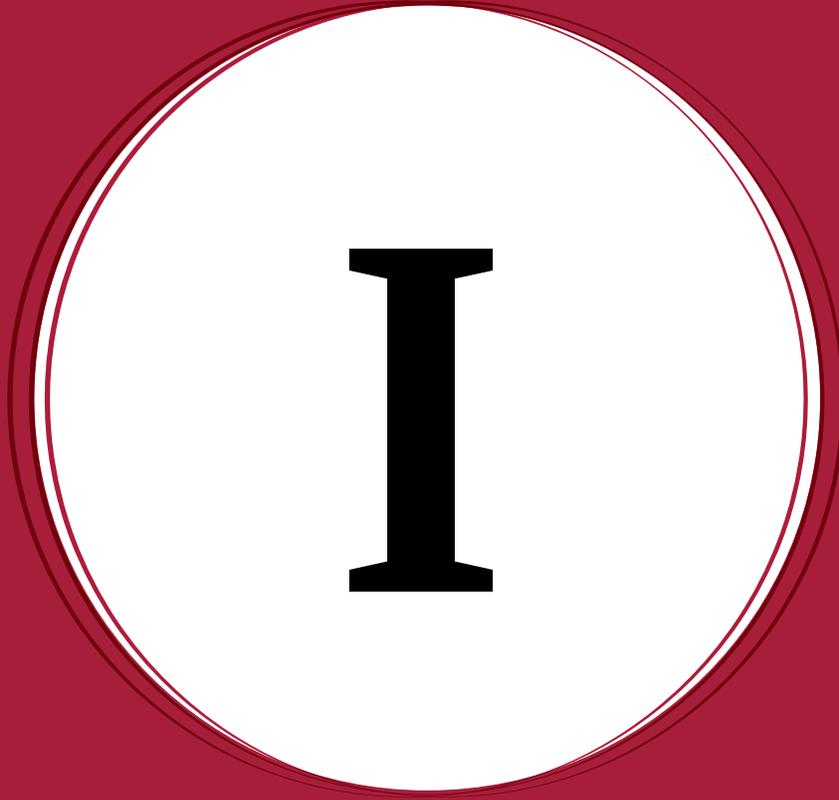
Partiendo de la hipótesis que mediante el análisis de las áreas de desarrollo de un espectáculo escénico en los que participa el diseñador y comunicador visual se buscará crear un documento el cual sirva de referencia para aquellos interesados en participar cualquiera de las áreas creativas de este tipo de proyectos.

Así pues, el estudiante de Diseño y Comunicación Visual, se identificará con alguna de áreas de la producción creativa para el diseño de espectáculos escénico y consiga especializarse en ella, logrando que cada área se enriquezca. Se espera también que este documento sea una ayuda inicial (y no única) y con la práctica y la experiencia, el diseñador sea capaz de representar a la persona responsable de la producción creativa de un espectáculo escénico.

Como objetivo general se plantea el analizar el nivel de desarrollo del diseñador y comunicador visual en la producción de espectáculos escénicos.

Entre los objetivos específicos se encuentran el identificar las áreas durante los procesos de producción donde interviene el diseño y la comunicación visual dentro de la producción creativa de un espectáculo. En el contexto histórico es necesario conocer la evolución de la estética de los espectáculos escénicos a en México partir del siglo XIX para entender los espectáculos de hoy en día y su evolución estética en cuanto a escenografía, iluminación, efectos especiales y el camino que le tomó llevar a cabo esta evolución en México. Seguido a ello, será identificar las áreas en las que el diseñador tiene mayor o menor participación y analizar cuáles son los factores que inciden en ello. Posteriormente se conocerán las dificultades que enfrenta el diseñador en su participación durante el proceso de diseño y planeación de los espectáculos escénicos. El siguiente objetivo será el saber cuáles son los elementos que conforman a la producción creativa y finalmente, identificar en qué actividades se involucra el departamento de comunicación y difusión de un espectáculo cultural.

Para la presente investigación se realizó una extensa búsqueda de bibliografías referentes al tema y si bien existen específicamente sobre la gestión y elaboración de eventos culturales, poco se habla de la imagen y el diseño como parte del proceso creativo en los espectáculos, esto es únicamente el reflejo de que en realidad las disciplinas involucradas en esta área son relativamente nuevas. Debido a ello, es que se realiza la presente investigación, donde se plantean los objetivos mencionados; de todos estos elementos se plantearán algunos procesos correspondientes para que el diseñador comunicador visual se desarrolle en la línea estética de los espectáculos escénicos.



CAPÍTULO I

La cultura como espectáculo

1.1 La Estética de los Espectáculos a Través de la Cultura.

En un panorama en el que hubiese un escenario vacío; sin luces ni vestuario, ni elementos que enriquezcan al espacio asignado en donde actores, bailarines, músicos o artistas planean llevar a cabo su representación. Un panorama en que el escenario no fuese más que un espacio vacío asignado para la puesta en escena, por otro lado un trozo de papel pegado en un poste de luz escrito con bolígrafo: «Gran función de circo para niños, hoy 20.00 h». Hoy en día, en pleno 2019 con la cantidad visual que nos rodea, ¿resultaría atractivo?

Si bien es cierto que los recursos técnicos y visuales utilizados en una producción no son más que acompañamientos adicionales dentro de algunos espectáculos, cabe destacar que no demeritan el trabajo literario, musical o dramático de artistas y guionistas participantes en la producción; por el contrario, los recursos estéticos añadidos a lo largo del tiempo han aportado en gran medida, con el propósito de dar énfasis y generar atracción al discurso presentado en los espectáculos escénicos. Es entonces cuando surge el siguiente planteamiento: ¿En qué punto comienza a ejercer importancia el uso de los recursos visuales durante la planeación del espectáculo?

Hoy en día gracias a la tecnología es más sencillo tener acceso al conocimiento de las culturas de los distintos pueblos; anteriormente eran las Bellas Artes quienes ayudaban a entender en mejor medida a los pueblos y los momentos sensibles de cada etapa de la historia. El teatro principalmente, junto con el resto de los espectáculos fueron un modelo a seguir de esas representaciones; de este modo la evolución visual y estética de los espectáculos se debieron asimismo a la cultura de cada población.

El ser humano, por naturaleza visual y sensible a la belleza, a través de su aportación en la evolución de las bellas artes; ha logrado desarrollar soluciones estéticas para sus representaciones escénicas. Es imperativo mencionar a la cultura, al arte y la historia de cada pueblo como influencias pictóricas en las que se tomarán como recursos visuales los elementos necesarios para dar soluciones en la escena del espectáculo; haciendo uso tanto de los colores, texturas y elementos visuales retomados de éstas influencias. Conforme el curso de la historia y la tecnología han avanzado, los recursos visuales de las puestas en escena se han utilizado como herramienta en los medios de difusión. El uso de estos recursos se desarrollan de dos maneras principales, ya sea previo a la representación a través de los medios de difusión como son las imágenes publicitarias, logotipos, estilo gráfico, etc. Y durante la representación mediante sus vestimentas, escenarios, aprovisionamientos e iluminación. Estos medios no son más que un sistema de comunicación que quien realiza la representación consciente o inconscientemente lo construye con la intención de tener mayor verosimilitud, de generar emociones y experimentar nuevos universos con ayuda de estas herramientas.

LA CULTURA

Es debido hacer una pausa para contextualizar el significado de la cultura como parte de la esencia de la identidad de cada pueblo. Tomando en cuenta que la definición de la cultura podría contener distintas connotaciones de valor. Para el medio del espectáculo conviene necesariamente entenderlo desde una perspectiva social.

La Real Academia Española define a la *cultura* como:

3. f. Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.

Por su parte en referencia a la *cultura popular* la RAE la define así:

1. f. Conjunto de las manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo.

Etimológicamente la cultura se asocia con el término cultivo por lo cual en diversas definiciones a lo largo de la historia se define a la cultura como un elemento ligado a la civilización. Por otro lado, tomando en cuenta que la cultura tiene origen a partir de los usos y costumbres de cada civilización, Marvin Harris a través de su definición de cultura reafirma el hecho de que no se trata de modos de vida impuestos u obligados, simplemente son actitudes aprehendidas al paso del tiempo y podría decirse que llegan a convertirse también en paradigmas.¹ Por otro lado la visión de Ernst Cassirer filósofo y antropólogo alemán, ve a la cultura como un objeto de auto liberación del hombre a través del lenguaje, el arte, la religión y la ciencia, reafirma la necesidad que tiene el hombre a lo largo de la historia de manifestarse por medio de las distintas corrientes artísticas utilizando su cultura como contenido y al arte como un medio de expresión.²

¹ Ruiz, 2003, pp. 57,58.

² *Ídem.*



Figura 1: Xcaret México Espectacular, s.f.

El significado de cultura contiene múltiples definiciones según su enfoque, es la cultura un fenómeno antropológico apprehendido a lo largo del crecimiento de la humanidad y tiene sentido de acuerdo a la región y a las condiciones en las que se desarrolla cada individuo. Es entonces, la episteme quien le da significado a los eventos, cosas y relaciones. Al fin y al cabo, la cultura conduce a las personas a mantener un tipo de conducta y comportamiento, lo lleva a convertirse en un idioma que se adopta por aprendizaje como estilo de vida, no por conocimiento aprendido ni por genética.³ Cada civilización es responsable a lo largo de la historia de sus usos y costumbres. Asimismo, es través de la cultura que se alimenta el arte, por lo que las distintas civilizaciones han sido las responsables de crear sus propios estándares de belleza y a partir de ellos también sus medios de entretenimiento haciendo uso de estos lineamientos.

Refiriendo a la cultura y haciendo uso de ella como calificativo hacia las actividades que realiza la sociedad; Manuel Cuadrado y Gloria Berenguer afirman que la *cultura*, entendida como un ‘conjunto de actividades artísticas e intelectuales’, se refiere no sólo a las artes tradicionales como el teatro, la ópera, la danza y la pintura, sino también al diseño y a la cultura de masas como el cine, los medios de comunicación y la música pregrabada.⁴ Eliminando con esto la discriminación entre las artes mayores y menores y asimismo dando paso a las nuevas corrientes de creación.

El análisis del concepto que resguarda a la cultura es tan extenso que al día de hoy no termina de definirse en sus distintos enfoques. Las artes plásticas y escénicas como parte de la cultura de los pueblos han sido una vía para manifestar su identidad a través de estas expresiones ansiosas por imitarse, es en este punto donde el espectáculo tiene interacción con la cultura. Gracias a la aportación de cada cultura, las diversas formas de hacer espectáculo en la historia han evolucionado y ampliado sus recursos para hacer de estas experiencias, verdaderas obras de arte.

³ *Ibid.*, pp. 64-67.

⁴ Cuadrado y Berenguer, 2002, p. 13.



Figura 2: Cirque du Soleil, *Luzia*, 2018.

LA ESTÉTICA

Debido al interés por encontrar el origen de la estética en los espectáculos, es necesario hacer una pausa para entender el término. De acuerdo con La Real Academia Española la *estética* es:

5. f. Disciplina que estudia la belleza y los fundamentos filosóficos del arte.

8. f. Conjunto de técnicas y tratamientos utilizados para el embellecimiento del cuerpo.

Retomando a la estética de los espectáculos; es oportuno mencionar a las bellas artes en relación con el diseño, sin dejar de lado a la filosofía. Finalmente la estética es inherente a la sensibilidad y se liga con el estudio de la belleza y las leyes del arte. Hoy en día es imprescindible mencionar a la estética asimismo en relación con las leyes del diseño.

Bajo estos conceptos es imprescindible para la estética ser palpable, visible y tener directa relación con la realidad. En contraposición con la RAE la estética va más allá de lo bello o lo feo sino que relaciona con los distintos estilos visuales y categorías estéticas, ya sea en positivo o en negativo según el caso y que asimismo sea del agrado de quien contempla en este caso al *espectáculo*. En los espectáculos, es debido contemplar y reconocer lo bello artístico y lo bello en el diseño, haciendo uso de la palabra *diseño* por su función práctica que es la que hace funcional el desarrollo visual del proyecto. Bajo estas afirmaciones, es la estética un acto meramente humano que reconoce socialmente los principios de creación del hombre de acuerdo a sus leyes filosóficas, de arte y de diseño.

EL ESPECTÁCULO

Al hacer un análisis del espectáculo se deben de tomar en cuenta que éste se alimenta de la cultura y la estética, entendiéndolo como una oportunidad para la creación y difusión de acontecimientos para el conocimiento, la comprensión, y fortalecimiento de la identidad cultural de los individuos y las comunidades.

Para entender la relación y su significado de acuerdo a La Real Academia Española, el espectáculo del latín *spectacŭlum*, derivado de *spectāre* que significa ‘contemplar’ define al **espectáculo** como:

1. m. Función o diversión pública celebrada en un teatro, en un circo o en cualquier otro edificio o lugar en que se congrega la gente para presenciarla.

3. m. Cosa que se ofrece a la vista o a la contemplación intelectual y es capaz de atraer la atención y mover el ánimo infundiéndole deleite, asombro, dolor u otros afectos más o menos vivos o nobles.

Es prudente destacar el hecho de que las representaciones con fines lúdicos y contemplativos tienen un principio de nivel cultural, de tal manera que los espectáculos culturales están intrínsecamente relacionados con la estética, las artes plásticas, escénicas, audiovisuales y gráficas. Por lo que, uno de los elementos más valiosos de los espectáculos culturales es la gran riqueza de sus elementos artísticos y visuales al alcance con que cuenta para desarrollarse. A través de los espectáculos culturales, las distintas categorías artísticas hacen cita para realizar una relación armónica de sus partes y crear vivencias, lo que hoy en día se denomina como ***puesta en escena*** que se conforma a partir del tiempo, el espacio, el talento, el movimiento y la imagen. A lo largo de la investigación se conocerán los elementos que tienen relación directa con la imagen dentro y fuera de la puesta en escena.

TIPOS DE ESPECTÁCULOS

En esta investigación se abordan el enfoque de los espectáculos culturales, en relación con la *escénica*, que no se refiere únicamente al teatro. Es debido mencionar que la presente investigación contiene múltiples citas que están inclinadas hacia el teatro, pero ello **no significa que sea la única vía de espectáculo**, pues es sólo una muestra de que el teatro es la disciplina precursora de los espectáculos escénicos, por lo que se considera necesario prestar atención de cerca de esta disciplina ya que las bases técnicas y artísticas de los espectáculos se encuentran en el teatro.

Hoy en día los espectáculos escénicos involucran principalmente al **teatro**, **conciertos musicales**, **festivales** y de **circo**, y prácticamente cualquier puesta en escena que transmita un mensaje a través de las **artes escénicas y visuales** dirigidas hacia un público espectador. Es imprescindible mencionar que los espectáculos escénicos necesariamente requieren de la cuarta pared para existir, de otra manera el resultado del mismo carecería de sentido. Al expresar que los espectáculos están vinculados principalmente con las artes escénicas, mismas que se ejecutan en vivo sobre un espacio escénico para el público espectador; no excluyen a las **artes audiovisuales** de la participación en los espectáculos por el contrario, las invita a pertenecer a ella en conjunto como uno de los elementos que complementan la representación para lograr un resultado multidisciplinario.



Figura 3: *El Hombre de la Mancha*, México, 2016.



Figura 4: Backstreet Boys, Caesars Palace, Las Vegas, EU., 2018.

Es en este punto donde conviene detenerse para entender a los espectáculos como un suceso más allá de una representación dramática. Patris Pavis hace un análisis adecuado en relación a los espectáculos que se realizan hoy en día. Dice sobre el análisis del espectáculo que «[...] la puesta en escena ya no se concibe como una transferencia de un texto a una representación, sino a una producción escénica en la que el *autor* [...] ha dispuesto de toda autoridad y autorización para dar forma y sentido al conjunto del espectáculo»⁵. Es a lo largo de la evolución del espectáculo que se conforman el conjunto de las múltiples disciplinas que hacen cita para obtener un resultado de calidad, estético y experimental digno de exponerse ante el público espectador.



Figura 5: Imagine Dragons, Corona Capital 2018, México, 2018.

LA CUARTA PARED

La cuarta pared es quizá la pieza más importante para completar al espectáculo, ya que sin ella no existiría el receptor del mensaje, por lo que a quien lo contempla se le considera como el dador de vida del espectáculo escénico. Conocer las características de los ojos que reciben a la puesta en escena es quizá el primer paso antes de cualquier ejercicio de planeación, esto con el fin de enfocar el nivel de comunicación adecuadamente. Al conocer el poder del espectador, el equipo de producción deberá comprometerse en presentar un proyecto que sea tanto de interés, como de la calidad digna para tener espectadores valiosos.

Retomando el ensayo del profesor Adrián Pradier Sebastián en la Revista Factótum, donde se diferencian las distintas variables sobre la «espectacularidad del espectáculo». Ya que en el espectáculo, el espectador mira con detenimiento y contempla; lo antecede la expectativa en donde se espera a que suceda algo. Más adelante dará paso a los acontecimientos habituales que suceden día con día y los transforma en acontecimientos extraordinarios. Es aquí donde un acontecimiento se destaca como algo novedoso que puede parecer espectacular aunque eso no lo convierte en un espectáculo. Adicional a eso, surge la interrogante sobre lo que convierte a un espectáculo, fuera del acontecimiento. Resolviendo en principio sobre el acontecimiento es conveniente tomar en cuenta que éste sea imprevisible, extraordinario, comunicable, narrable y espectacular, como se mencionaba, que sea distinto del día a día. «[...] la comunicabilidad refiere un proceso de construcción del acontecimiento en el seno mismo de una articulación narrativa, pudiendo venir vehiculada a través de múltiples medios, por ejemplo de forma oral, pictórica, fotográfica, cinematográfica, sonora, musical, *performativa*, etc.»⁶

Por su parte el espectáculo escénico cumple con lineamientos de mayor complejidad, en primer punto debe construir una propuesta

5 Pavis, 2000, p.18.

6 Pradier, 2013, p. 5.

que genere expectativa para su público. Cabe mencionar que el público que asiste al espectáculo no es un público por mera casualidad, ya que existe un compromiso por parte de éste para su entera satisfacción. De esta manera también se crea un trato sobreentendido entre el realizador y el expectante de tener un compromiso que lo integran ambas partes, para ejecutarlo debidamente y por prestar atención de manera prudente bajo mutua generosidad.

EL ESPACIO ESCÉNICO

El uso del término *espacio escénico* es un término que se le asigna al lugar en donde sucede la representación y es un término que se adopta a partir de las artes escénicas, ya que es posible en un solo espacio representar más de una sola disciplina escénica. El término utilizado por Ruesga abre las puertas a las distintas disciplinas con el fin de unificar el concepto del espacio donde se lleva a cabo la presentación escénica. En su diccionario, Patrice Pavis define al *espacio escénico* como «[el lugar en] [...] donde sucede el espectáculo. Relación estrecha con el espacio teatral o espacio escenográfico».⁷

Es debido para el espectáculo ser palpable, no como una experiencia narrativa; forzosamente deberá mostrar algo para ser mirado y contemplado que ocupe un espacio escénico designado para su realización. Este espacio probablemente se convierte en el elemento más complicado durante la concepción visual y estética del espectáculo. Es por ello que cualquier narrativa puede ser exitosa, no necesariamente por el contenido de la historia sino por la manera en que se cuenta. Bajo esta reflexión, Marie L. Shedlock confirma la importancia de servirse de artificios que constituyan una narrativa más interesante. Como lo son los distintos medios de creación visual pertenecientes a la producción escénica en los que se enfoca la presente investigación; haciendo énfasis principalmente en los aprovisionamientos, mismos que ayudarán a crear propuestas visuales de mayor complejidad tanto en su estética como en su desarrollo conceptual y que habitarán el espacio escénico. Otra de las características a tomar en cuenta para clasificar al espectáculo es idearlo para su transcurso en el tiempo, es decir, tomar en cuenta que se desarrolla en tiempo real para obtener una retroalimentación inmediata por parte del público.

Es aquí donde también se evoca al compromiso mencionado anteriormente. Por ello la importancia de la retroalimentación entre espectadores y ejecutantes. Bajo esta línea, los espectáculos televisivos no cumplen esta retroalimentación ya que no existe una interacción inmediata. Un espectáculo escénico a diferencia de una película o el de una pintura (que tienen un proceso previo de ejecución), está expuesto a la continua respuesta de los espectadores quienes influyen sobre el propio desarrollo del evento. Gracias a éste mérito el espectáculo forzosamente se ve en la necesidad de requerir de la



Figura 6: Teatro del Palacio de Bellas Artes, Fotografía por: Lorena Alcaraz, México 2018.

⁷ Pavis, 1990, p. 171.

cuarta pared, quien es la causante de que cada representación tenga una particularidad, haciendo única cada puesta en escena.

El espacio escénico se amplía hasta englobar las relaciones espectador-espectáculo, hasta convertirse en la entidad espacial en la que se dispone el lugar de la acción escénica y unas determinadas relaciones con los espectadores que la contemplan.⁸

Entre los avances que surgieron entorno al espectáculo a lo largo de la historia se reconocen, la apertura de nuevos espacios destinados para su ejecución así como el desarrollo y expresión de la cultura y el arte. Esto abre espacio a nuevas compañías quienes generarán mayor oferta escénica beneficiando la demanda de la sociedad. Existen diversos espacios para el desarrollo de múltiples acontecimientos y son el espectáculo y el público quienes le dan el nombre a éstos espacios. Por ejemplo, en el tiempo del teatro clásico griego, se nombraría al lugar dependiendo de si los expectantes se referían a un espacio en virtud de la actividad que se realizaba en ese momento, se le asignaría el nombre de teatro o estadio según su actividad

De acuerdo a las características recién mencionadas, es en lo ostensible del espectáculo que se enfocará este escrito y hay que mencionar la necesidad del ser humano por transportarse a otros universos a través de la estética y de la imagen quienes llevaron al teatro griego a buscar distintas soluciones para la realización de sus viajes imaginarios durante la escena con la llegada del *periacto*⁹ de Sófocles (4 a. C.) Este sería el primer artefacto escenográfico que ayudaría al espectador a situarse visualmente en contexto con la trama. Este artefacto no es mas que la introducción de la estética a los espectáculos escénicos y forma parte de un antecedente que ha evolucionado a lo que hoy son fastuosas producciones que actualmente encabezan las carteleras y es consecuencia de la continua evolución del espectáculo a lo largo de su historia. Por su parte, el panorama del espectáculo en México se comienza a hacer presente a partir del siglo XIX; etapa donde comenzaría su evolución influenciada principalmente por las producciones españolas e italianas quienes cimbraron las primeras semillas del arte europeo a través la ópera y el teatro. Se puede apreciar la evolución estética de estas disciplinas inicialmente por los artistas europeos quienes se encargaron de «decorar» los teatros y los telones, así como de conseguir los aprovisionamientos de las puestas en escena. Posteriormente comenzarían a sonar los nombres de artistas mexicanos a través del tiempo, así como el perfeccionamiento de las distintas técnicas. En lo subsecuente a este capítulo se muestra un sumario del desarrollo de la estética en los espectáculos desde el México independiente hasta nuestros días.

Página 21.

Figura 7: Ballet Folklórico de México de Amalia Hernández.

⁸ Juan Ruesga. (Citado en Martínez, 2014, pp. 61,62).

⁹ «El *periacto* era un aparato prismático de revolución con paisajes distintos pintados en cada una de sus tres caras. Se situaba uno a casa lado del escenario, y al girar ambos se producía el cambio escenográfico.» (García, 2011, p. 89.)





1.2 La Ópera y el Teatro del México Independiente

México vivía un panorama post independentista que carecía de identidad y la temática del teatro sería representada por obras fuera de la realidad nacional, las obras europeas serían traducidas al español; México necesitaba de un apoyo que ayudara a contrarrestar este dramático panorama. Muchos de ellos se refugiaron en el arte pero lamentablemente al finalizar la guerra de independencia desaparecieron decenas actores y espectáculos, las escenografías de los teatros eran reutilizadas sin importar el género de las obras dramáticas, situación que tampoco ayudó al ambiente que vivía el arte en México.

Como era de esperarse la ópera española y la italiana influenciaron durante el inicio de una nueva era del espectáculo del México independiente y con ello el predominio de su estética a través de las escenografías como legado de la ópera italiana. Hacen su aparición los llamados pintores artesanales en las artes escénicas, siendo parte de la creación de escenografías a través de sus paisajes pintados a mano.

La pintura de telones para decorar y ambientar una escena no era considerada ‘arte’ *in illo tempore*. De este modo, se igualaba la profesión del escenógrafo con la del “pintor de brocha gorda”, es decir, aquellos trabajadores que enlacaban las casas.¹⁰

De los pintores y escenógrafos de la época destaca Francisco Aranda quien defiende a la escenografía «como un arte liberal; pues era considerada *in illo tempore*¹¹ una profesión artesanal».¹² Esta declaración demuestra la difícil tarea de artistas y dedicados a la belleza de la escena cultural que desde ese entonces buscaron un lugar de alojamiento en las artes escénicas. Es notable la realización de éstas imágenes de los telones que daban vida a las tragedias de la época, ya que los estudios para su ejecución no eran poca cosa; entre ellos destacaban conocimientos de perspectiva, óptica, historia del arte así como el conocimiento de la cultura de las distintas civilizaciones.

Página 22.

Figura 8: Interior del Teatro Nacional de México, en Julio Michaud y Thomas, Álbum pintoresco de la República Mexicana, Litografía, Franz Mayer. Imagen extraída del libro: *200 Años Del Espectáculo. Ciudad De México, 2010.*

¹⁰ Prats, 2012, s.p.

¹¹ Que significa ‘en aquél tiempo’

¹² *Ídem*



Figura 9: Programa del Teatro Nacional a beneficio de Juan de Mata y Barizabal, s.f., CITRU/INBA. Biblioteca de las Artes. CE-NART. Imagen extraída del libro: *200 Años Del Espectáculo. Ciudad De México, 2010.*

«[...] decimos que,
en este siglo

el arte de la escenografía
esté monopolizado por los
pintores, quienes como
poseedores de los secretos
de la perspectiva del
movimiento virtual sobre
un plano bidimensional
y las maquinaciones de la
nueva mecánica eran los más
indicados para solucionar
escénicamente las peticiones
de los dramaturgos en esa
época».¹³

Bajo estos conceptos, el artista encargado de resolver la estética de las obras, tuvo desde sus inicios múltiples dificultades al intentar destacar sus conocimientos, más allá de una labor decorativa se hacía uso de sus profundos conocimientos. Bajo el panorama en el que vivían estos pintores es plausible que continuaran su detallada labor artística en los teatros de la época tras su desvalorización, sin embargo los pintores destacaban por ser prácticamente los únicos artistas encargados de resolver las necesidades estéticas de las representaciones de ese entonces.

Es en México donde la influencia de la estética española se hizo presente, misma que se encontraba influenciada por la imagen italiana que continuaba siendo un referente para la construcción escenográfica. Es en este momento cuando la ópera y el teatro atraviesan una etapa en que desplazarían a los grandes decorados de una sola dimensión, con la construcción de elementos rígidos tridimensionales, fabricando las callejuelas, automóviles y escenas cotidianas descritas en el texto dramático buscando esencialmente la representación de la realidad. Asimismo se comienzan a observar los primeros efectos especiales a través del uso de distintos instrumentos para ambientación, como es el caso de personajes voladores que lograrían este efecto con el uso de palancas y poleas para a recreación de las historias.

En este punto, el escenógrafo enfrenta otra barrera, comienzan a ser llamados «decoradores de interiores» olvidando su función de creadores. «[El trabajo del escenógrafo] sigue concibiéndose como un decorado, una fastuosidad para el ojo glotón, antes que un trabajo que termina dentro del teatro».¹⁴ Si bien es cierto que el trabajo que realizaban los artistas era agradecido y admirado por los espectadores, la poca valoración profesional de los artistas se convertiría en un problema puesto que no se reflejaba económicamente en sus remuneraciones si se compara con la carga de trabajo con la demanda de las escenografías para las nuevas puestas escénicas.

El auge de la escenografía realizada a mano por los pintores aumentó en gran medida, requiriendo de mayor cantidad de trabajo por parte de los pintores y el poco presupuesto por parte de los inversionistas lo que llevó al escenógrafo a trabajar de manera industrializada, esto redujo la calidad de la pintura en cuanto a la técnica y los materiales, ocasionando la crítica de un público incrédulo y exigente. Asimismo, la iluminación se comenzó a hacer presente y gracias a ella se sacaba a relucir la pobreza del trabajo y la fragilidad de los materiales.¹⁵

¹³ Palazón, 2006, p.185.

¹⁴ *Ibid*, p. 190,191.

¹⁵ Prats, 2012, *Op. cit.*, s.p.

Por su parte **Pietro Gualdi** (1838) litógrafo italiano eligió a México para residir una década y dejar durante su paso la pintura escenográfica en el auge del período operístico europeo. (Figs. 10 y 11) En México los recintos artísticos comenzaron a hacerse presentes, gracias al excelente dominio de las perspectivas, Gualdi pronto llamaría la atención de los artistas mexicanos y más tarde se convertiría en docente de la Academia de San Carlos.¹⁶



Figura 10. Pietro Gualdi, *Hacienda Nueva de Fresnillo con el Cerro de Proano, Zacatecas, México, 1846*, litografía.



Figura 11. Pietro Gualdi, *vista sudeste del panorama de México, 1841*, litografía.

¹⁶ Pérez, M.E., 2005, p. 153.

Para entonces El Gran Teatro Nacional (1844) albergaba las representaciones teatrales y operísticas más importantes de la época y es aquí también donde el surgimiento de compositores mexicanos como Melesio Morales y Miguel Meneses quienes se encargarían de expandir la ópera al interior de la república. De esta manera se consolidaría como un componente destacado en el inicio del período artístico mexicano. (Fig. 12)

Con la llegada del porfiriato, el teatro y la música comenzaron a tener su propio esplendor entre las clases populares. No obstante aunque el gusto de Díaz por la cultura francesa, la mayor influencia que tuvo México a nivel teatral y musical sería de origen español¹⁷. Más adelante comenzaría a destacar en México el papel del escenógrafo y de quienes formaban parte de la estética de los espectáculos. Este grupo lo integraron también los primeros «diseñadores» de carteles quienes realmente no tenían un lugar destacado puesto que no eran considerados ni artistas, ni arquitectos, ni ilustradores. Aunque si bien es cierto que algunos artistas tendrían participación en los diseños, la mayoría de ellos no fueron un referente en la historia, en contra parte con la destacada posición que tenían el resto de los artistas que formaban parte de la puesta en escena, como los compositores, intérpretes y actores en esta etapa del México porfirista.

En cuanto al uso de los carteles teatrales para las puestas en escena, es en esta etapa cuando comenzaron a desarrollarse en forma las primeras propuestas de imagen, con el fin de mejorar la difusión y obtener resultados significativos para su crecimiento artístico. El diseño de los carteles no sería espectacular pero si funcional y lograría reflejar en gran medida la cultura popular mexicana y su evolución en el medio del espectáculo, así como el de catalogar a los distintos tipos de públicos.¹⁸ Su difusión sería a través de carteles colocados en edificios y postes callejeros, tal y como hoy en día observamos muchos de ellos.



Figura 12: H. Naguel, sucesores y Litografía de A. Sánchez, ¡ilustre Puebla de Zaragoza México te saluda!, Melesio Morales (compositor), partitura musical, 1869. Colección particular.

¹⁷ Ramírez, s.f.

¹⁸ Pérez, 2010, p. 6.



Figs. 13 y 14: Diseño de Appia para la Arboleda Sagrada en la ópera Parsifal de Rochard Wagner, 1882.

A finales del siglo, los estudios de **Adolphe Appia** en Europa (1895) revolucionarían el teatro y el espectáculo, siendo un pionero en la distribución y ejecución de los elementos escénicos, utilizando un sistema similar al que de hoy en día se utiliza. Appia analizaría la estética de las obras, articulando al movimiento escénico con el espacio y el tiempo; es aquí donde la iluminación se integraría también como un elemento necesario, convirtiendo a la puesta en escena en una obra de arte viviente. Es decir, que el cuerpo sea una expresión del espacio durante el tiempo. (Figs. 13 y 14)

«**N**uestro cuerpo viviente es la Expresión del Espacio durante el tiempo, y del tiempo en el espacio. El espacio vacío e ilimitado, donde nosotros nos hemos colocado al principio para efectuar la conversión indispensable, no existe ya. Sólo nosotros existimos».¹⁹

De esta manera Appia es quien propone dar fin a los decorados planos pintados sobre papel, ya que gracias a su análisis, el espacio proporcionado se priva del espacio viviente y lo hace engañoso. Asimismo propone el uso de los elementos tridimensionales de múltiples elevaciones en el espacio, creando así diversas atmósferas en escena; bajo este formato la iluminación móvil es necesaria para desplazarse de acuerdo a la ambientación y a los movimientos de los actores quienes formarían parte esencial en la escena. Adicionalmente **Craig** como contemporáneo de Appia, desmaterializará todos los objetos de la escena y los transformarían en símbolos de acuerdo a la necesidad de la obra, éstos elementos incluirían al actor como un objeto plástico con movimiento durante la escena y estaría a disposición de la dirección del realizador del drama. Los principios de Appia y Craig revolucionarían el concepto del espectáculo convirtiendo a todos los elementos en piezas de ajedrez que el dramaturgo debe acomodar armónicamente bajo las necesidades de cada obra, mismos que se continúan aplicando hoy en día a las propuestas escénicas de todo el mundo.

¹⁹ Appia, 1921, p.72.

Fue hasta finales del siglo XIX que la calidad de la imagen publicitaria mejoraría y se convertiría en otro elemento importante, gracias al perfeccionamiento de los métodos de impresión en relación con los utilizados para las óperas francesas e italianas. De esta manera, se daría paso a las nuevas inquietudes gráficas por parte de pintores y artistas que con el paso del tiempo se convertirían en precursores del cartelismo en Europa. Los métodos de impresión de Chéret se extendieron hasta América. Su experiencia en diseño de carteles y su particular estilo alegórico dio paso al desplazamiento del acomodo tipográfico como el elemento protagonista del cartel, obligando al espectador a centrar su atención en los elementos pictóricos y publicitarios del mismo.

Por su parte en México la aparición del cartel a finales del siglo influenciado por la litografía europea que dio un giro a las piezas iconográficas que daban identidad al espectáculo mexicano haciendo uso de tipografías clásicas y recursos visuales de tipo español, continuando con la notable influencia independentista. Fue a partir de la última década que los recursos visuales se aventuraron con el uso de elementos del *Art Nouveau* aunque continuarían con su estilo mayormente tradicionalista. **Manuel Manilla** tuvo una primera participación destacada en este medio y a inicios del siglo XX y fue Posadas, su pupilo, quien retomaría esta práctica a lo largo del siglo.²⁰ (Fig. 15)



Figura 15: Litografía de Manuel Manilla.

²⁰ Pérez, 2010, *op. cit.*, pp. 29,30.

1.3 El Circo, la Maroma y la Teatralidad

Si bien es cierto que el auge del teatro y del circo se hizo presente hasta finales del siglo XIX e inicios del XX; en el caso del circo es menester mencionar sus inicios en México a través de los «patios de la maroma», así se le llamó a las representaciones teatrales y de circo realizadas en plazas públicas y patios de vecindades a finales del siglo XVII.²¹ Se realizaron principalmente en barrios populares de la capital del país, en contraposición de los elegantes teatros en los que tenían acceso las clases más altas del país. La maroma se convertiría en una especie de «circo para pobres» y encontraría su origen desde los ritos prehispánicos.

Poco a poco estas representaciones dejarían de ser en espacios cerrados, se abriría una nueva brecha tradicional para el espectáculo urbano realizado entre las plazuelas de las iglesias, plazas públicas y calles peatonales. Durante la maroma se presentaban uno que otro artista circense vestido con apenas lo necesario para entrar en personaje y realizar su acto, conceptualizando a la nueva esfera del espectáculo callejero que abriría lugar a las compañías mexicanas y extranjeras establecidas en la capital y algunas provincias de México. «El circo puede ser, una carpa móvil o un anfiteatro permanente».²²

El circo llega a México influenciado de igual manera por España en vísperas de la independencia (1808) con la primer compañía de circo con *El Real Circo de Equitación*²³, encabezado por Philip Lailson de origen inglés. Tiempo después surgiría el primer circo de origen mexicano *El Circo Olímpico de José Soledad Aycardo* (1841). Rápidamente alcanzaría gran popularidad y se destacaría por su particular vestuario y el maquillaje de los actores, entre los que se encontraban payasos, gimnastas, titiriteros y espectáculos ecuestres. *El Circo Aycardo* terminaría por convertirse en una valiosa sede del espectáculo en su época, sus representaciones hacían uso de distintas disciplinas artísticas como las operetas, el teatro, los títeres, la maroma y disciplinas de gimnasia y acrobacia.²⁴

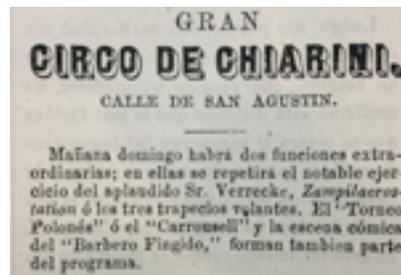


Figura 00: Gran Circo Chiarini, en *La Orquesta*, México, sábado 18 de febrero de 1865, segunda época, tomo 1, núm. 23, p.4, Hemeroteca Nacional/Fondo reservado/UNAM.



Figura 16: *Gran Teatro Chiarini Compañía*, s.f., tinta sobre papel, CITRU/INBA, Biblioteca de las Artes, CENART.

21 Tena, García, Heredia, 2012, pp. 41,42.

22 *Ibid*, pp. 43

23 *Ibid*, p. 45.

24 *Ibid*, p. 68.

Dos décadas después llegaría el *Circo Chiarini* (1864)²⁵ de origen italiano, se instalaría en un inicio en la plaza del zócalo por un tiempo, este espectáculo se caracterizaría por su notable elegancia.

A diferencia de las compañías anteriores de circo, el Chiarini, por su parte se convertiría en el primer circo estable del país, además contaba con una fastuosa decoración de madera, haciendo que el precio del espectáculo se incrementara en relación con sus competencias. Vale la pena tomar en cuenta las características que cada compañía se esmeraba en la calidad de sus recintos y del entorno visual que propiciaban con el fin crear una experiencia uniforme acorde con el espectáculo.

«El circo pone en movimiento las emociones y sentimientos, que se plasman en experiencias que posteriormente se convertirán en símbolos e imaginarios, [en recuerdos vivos] de una experiencia cultural».²⁶



Figura 17: Cartel del Circo Orrín en una de sus presentaciones en Guadalupe, Zacatecas

El porfiriato ayudó en gran medida al desarrollo del espectáculo mexicano, gracias a la innovación del modelo porfirista quien atrajo las miradas y benefició a las modificaciones de la ciudad. A partir de 1873 llegaría el circo de origen británico Orrín²⁶, al poco tiempo se convertiría en el más popular de la escena mexicana y en algún momento fue considerado como el mejor del mundo. El circo alcanzó su máxima popularidad durante la etapa de la *pax* porfiriana, presentándose en numerosos estados de la república desde Chihuahua, pasando por Zacatecas hasta llegar a Oaxaca y Yucatán.

Luego de recorrer el interior de la república, el Circo Orrín se establecería en la Ciudad de México en donde se constituyó su estructura de hierro, durante la etapa del auge de la arquitectura de hierro en México. Ésta estructura estaba al nivel de cualquier

²⁵ *Ibid*, pp. 56-58.

²⁶ *Ibid*, p. 60,61.

construcción de circo europeo. El Circo Orrín característico por ser el predilecto de Díaz se establecería en la ciudad y en 1891 se trasladaría a la plaza Villamil (hoy en día los restos del Teatro Blanquita). El Circo Orrín llegaría a su esplendor gracias a la construcción de una monumental estructura, su sublime arquitectura, sus majestuosos escenarios, su acertada escenografía y la magnífica fabricación de sus máscaras que usarían los intérpretes.

El techo era soberbio con un peso calculado en 230 mil libras. La linternilla cerrada de cristales venía a ser el remate más agradable del conjunto. Lo primero que se notaba al entrar al circo eran los espaciosos salones, perfectamente decorados [...].²⁷

Sobre la majestuosidad de la estructura, la hija del payaso Ricardo Bell describiría así a la construcción en su libro: «El escenario era amplio, ostentando una portada bastante gallarda y bonita, el telón sin hipérbole era novedoso para los teatros en México.»²⁸

El apoyo de Díaz influiría en la creación de esta estructura que sin duda contó con el notable trabajo de arquitectos y especialistas que hicieron de este lugar un espacio propicio para la majestuosidad estética que caracterizó al Circo Orrín. Es necesario mencionar al famoso payaso **Richard Bell**, quien pertenecía al Circo Orrín, conocido por tener estrecha relación con el presidente Díaz. Además de recordar su carisma y lo originales de sus presentaciones, de Bell se destaca el maquillaje y vestuario que utilizaba, característicos del clown inglés. Las representaciones del circo se volvieron cada vez más extravagantes por su vestuario y el nivel de producción que manejaban como es el caso de *La Acuática*, la representación de mayor fastuosidad, en la cual lograron formar un lago lo suficientemente grande como para acomodar varias góndolas, cobijado por una intensa iluminación de colores. La utilización de éstos recursos remarcaron la fama del circo. Orrín sabía cómo innovar y realizar los espectáculos más atractivos en su época.

En ocasiones, la escenografía del Circo Orrín estuvo a cargo de **Carlos Mérida**, pintor, escultor y escenógrafo quien contribuyó a la estética de las representaciones del Circo Orrín, bajo su peculiar estilo ayudaría a crear ambientaciones propias de la estética circense. La escenografía se expresaba por medio de lo que él llamaría *la pintura fundada en la arquitectura*. El estilo de Mérida estaba inspirado principalmente por las vanguardias del siglo XX y los artistas que las acompañaron. Si bien Mérida destacaría esencialmente por sus escenografías para danza, también incursionaría para circo. En su estilo se destaca principalmente el cubismo, haciendo uso de recursos geométricos; en ocasiones daría mucho de qué hablar, por su estilo tan colorido, algunos lo calificarían su estilo demasiado infantil.²⁹



Figura 18: El Circo Orrín. Fototeca Instituto de Investigaciones Estéticas, UNAM, inv. MAo853.



Figura 19: Interior del antiguo Circo Orrín. Fotografía de Julio Revolledo Cárdenas, La fabulosa historia del circo en México, México, Conaculta, 2004.



Figura 20: Fotografía del payaso Richard Bell, el payaso mexicano.

²⁷ Vasallo, 2016, p.45.

²⁸ *Idem*.

²⁹ Hemeroteca PL, 2017. (Sitio web)



Figura 21: Cartel Gran Circo Bell en el Teatro Orrin, presentando *Acuática*, martes 23 de febrero de 1909.



Figura 22: Edward Orrin pegando carteles con engrudo en sus tableros.

Hacia principios del siglo XX surgiría el circo mexicano *Beas Modelo* (1913)³⁰ en Chihuahua, siendo ícono del espectáculo en el movimiento post revolucionario. Del Circo Beas Modelo es plausible su constante desarrollo e innovación tecnológica, fueron de los pioneros en el uso de proyectores de películas mudas para enriquecimiento del espectáculo. Su constante ímpetu de modernización en las distintas áreas del espectáculo exigía la creación de espacios adecuados para que el desarrollo de todas las actividades fueran exitosos. Inspirado en el modelo de operación de los *Ringling Brothers*, Beas contó con un importante número de furgones reservados para el conjunto de actividades circenses y hasta una imprenta propia para impresión de volantes, carteles y programas. Llegada su segunda gira en la Ciudad de México, Beas adquirió un conjunto de 25 juegos mecánicos traídos de Europa y Norteamérica haciendo de éste un nuevo modelo de espectáculo de circo. Al día de hoy no ha existido en México un espectáculo tan grande como el Circo Beas Modelo.

Posterior al esplendor del circo mexicano la competencia de los circos se centraría en los Circo Atayde Hermanos, Los Hermanos Vázquez y Los Hermanos Gasca quienes aún de pie han enfrentado las crisis que han golpeado al circo debido a la falta de público. Actualmente el circo mexicano se encuentra fuera de la mira de los medios, lo que ocasiona poca participación por parte de los consumidores. Otra situación que ha enfrentado el circo ha sido por parte de las nuevas competencias como el *Cirque du Soleil*, el Gran Circo de Ruso, el Circo de Pekín entre otros. Quizá el circo deba asumir esta responsabilidad y tomar a las competencias extranjeras como oportunidades para generar nuevas propuestas de entretenimiento y producción ajustadas a las tecnologías y propuestas escénicas para el desarrollo del espectáculo; aprovechando las agrupaciones que velan por la identidad cultural del circo. Acompañado de estas situaciones, el circo hoy en día vive una situación de menosprecio por parte de los estratos altos de la sociedad considerándolo como un espectáculo para las clases populares; dejando a un lado la histórica tradición desde su surgimiento en Europa y Norteamérica en el siglo XVII.³¹

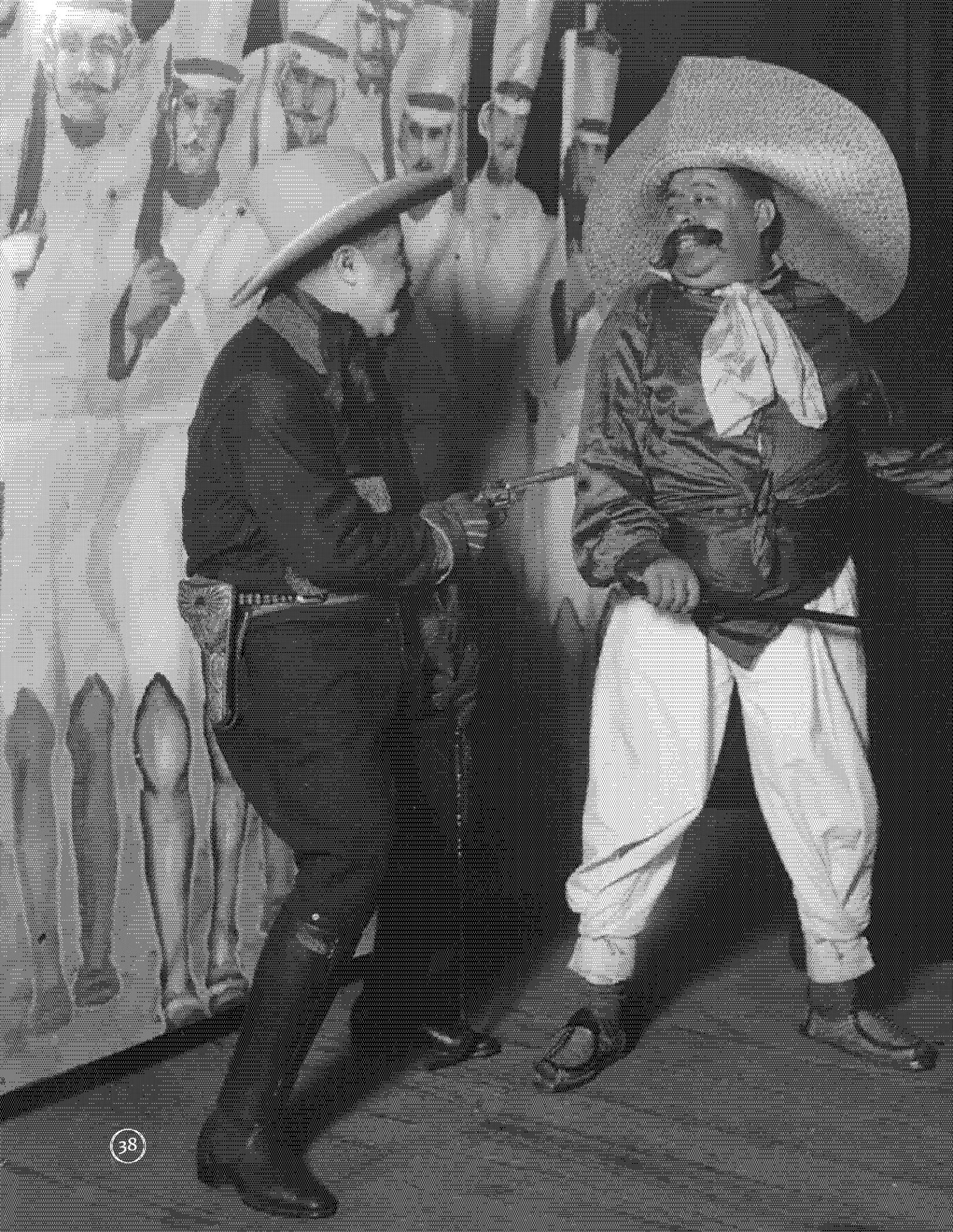
Los medios impresos constituyeron un empuje significativo para la promoción de los espectáculos circenses, Edward Orrin conocía la importancia de la promoción y la difusión llevándola a cabo por medio de anuncios y publicidad pegada en las paredes de las calles. Reconociendo esta importancia, Orrin se adelantó a la idea de la construcción de tableros los cuales consistían en estructuras de madera fijadas a la pared que tenían como propósito exponer hasta tres carteles de distintos tamaños, evitando con esto que se pegaran otro tipo de anuncios encima de los suyos. Por otra parte serviría como un punto de atención en el que el transeúnte se acostumbrara a ver para conocer la información del circo. Además, esta iniciativa de Edward Orrin haría de sus afiches una modalidad publicitaria más llamativa a diferencia de la cartelería callejera.³² (Fig. 22)

30 Tena, *et al.*, 2012, *op cit.*, p. 62.

31 *Ibid.*, p. 93.

32 Leal, Barraza, 2009, p. 69.





1.4 La Zarzuela y el Teatro Ambulante

En conjunto con el circo, Díaz tenía predilección por la zarzuela por lo que el gobierno porfirista generó una marcada división de clases a través de los eventos culturales. Las representaciones de zarzuela se consideraron en un inicio como presentaciones para los altos niveles realizados en elegantes teatros, a diferencia del teatro ambulante que por su formato realizado en lugares públicos y de poca higiene que no podía pertenecer más que a la clases bajas.

1.4.1 La Zarzuela

Fue a mediados del siglo XIX cuando la zarzuela llega a México, originaria de Madrid. El teatro inició una costumbre de venderse por horas, esto dio paso a la creación del *género chico* y el *género grande* de la zarzuela.³³ Los inicios de la zarzuela tanto en México como en España, serían a través de del sainete y entremeses novohispanos estos se llevaban a cabo con poca calidad musical, representados por parodias de la época, en contraste con el teatro de revista. La zarzuela se caracterizó inicialmente por ser una representación escénica teatral y musical. A diferencia de la ópera, la zarzuela no buscó tener demasiada complejidad a nivel musical y en ocasiones se realizaban diálogos en verso sin intervención musical. Durante el esplendor de la zarzuela, su escenografía tampoco esperaba tener demasiada complejidad en sus elementos de producción, el contenido en el mensaje era la verdadera fuerza que buscó resaltar en conjunto con los efectos especiales que cada escenógrafo pudiera aportar.

El estilo de las escenografías tanto en teatro como en ópera únicamente se limitaban a las épocas romanas, modernas y caballerescas, por su parte la zarzuela arraigaba un estilo enfocado en las tradiciones románticas. Las técnicas escenográficas serían las mismas que las del teatro de inicios del siglo XIX utilizando los decorados en manos de pintores de la época. Cercano al siglo XX los escenógrafos más destacados de las zarzuelas fueron los **hermanos Tarazona** de origen valenciano tomando partida principalmente en el Teatro Principal, lo admirable del trabajo de los hermanos Tarazona fue la realización de efectos especiales.³⁴

³³ Bryan, s.f., p.133.

³⁴ Recchia, 1998, pp. 4,5.



Figura 25: Cartel callejero para la presentación de *Chin Chun Chan*, s.f.

Página 36.

Figura 24: Casasola, representación de una escena revolucionaria, (197083), CA., 1930, plata sobre gelatina, CONACULTA, INAH, SINAFO, FOTOTECA NACIONAL.



Figura 26: Tiples representantes de la zarzuela mexicana, plata sobre gelatina, s.f.

«[...] Permitieron simular barcos en movimiento, la destrucción de ciudades entre derrumbes e incendios, y hasta la realización de aeroplanos que trasladaban a las tiples desde los escenarios hasta las galerías».³⁵

México vivió la desaparición del Gran Teatro Nacional y tuvo las primeras apariciones el teatro de revista que sirvió para abordar temas de política y acontecimientos sociales. Su objetivo principal era el de desarrollar el nacionalismo cultural. El teatro de revista se conoció también como una especie de periodismo escénico, inicialmente fue despreciado por las compañías teatrales grandes por considerarlo como un evento vulgar y carente de arte. La famosa puesta *Chin Chun Chan* fue considerada como un retrato de la cultura mexicana, según la historiadora Mónica Barrón. Hacia los últimos años del porfiriato, el teatro de revista desplazó a la ópera y a la zarzuela clásica española, y a partir de 1900 la zarzuela se *mexicanizó*. Posterior a la revolución, el teatro de revista fue el más popular entre los espectáculos.

La zarzuela del México revolucionario llegaría a su máximo esplendor y representaría un 88% de la actividad a diferencia del 17% de las representaciones de la comedia esta llegaría a popularizarse a través de representarse en teatro de culto y el popular.

En el siglo XIX se denominó el género «mexicanista», que agrupaba en ambiente tradicional mexicano con la zarzuela española. Un ejemplo sería *Un paseo por Santa Anita*, obra de Juan de Dios Peza, «[...] en la que se escenificaban cantos, bailes, personales y ambientes nacionales que alcanzó un enorme éxito durante su temporada en el Teatro Principal de la Ciudad de México, según Olavarría y Ferrari (El escenario era una copia exacta de Xochimilco)».³⁶

³⁵ *Ídem*.

³⁶ Rosas, 2010, p54.

1.4.2 El Teatro Ambulante

Los primeros teatros ambulantes serían denominados como «jacalones» que serían teatros de diversos tipos de espectáculos al aire libre a mitad de siglo XIX con el gobierno de Lerdo de Tejada.³⁷

El **teatro de carpa**, por naturaleza sería parte del teatro ambulante, se realizaba en espacios públicos. Adquirió popularidad para atraer a las clases populares de la sociedad; a través del teatro de carpa se llevaron a cabo representaciones de distintas temáticas como **títeres**, **circo**, **maroma**, el **teatro**, **zarzuelas**, **variedades** entre otros y se montaron a través de un toldo similar al del circo en patios con sillas para los espectadores.

«La carpa se hizo a imagen y semejanza del pueblo».³⁸

Pasando la revolución, el contenido y la dinámica de las carpas cambiaría creando un formato interactivo entre los actores y su público con el fin de generar mayor cercanía. A través de las representaciones populares, se escribirían sátiras en contra de las comedias extranjeras en búsqueda de las raíces populares nacionales.

Las carpas serían precedentes de los escenarios al aire libre, los mismos que irían en contra del «buen gusto» del neoclasicismo porfirista. Por su parte, Ruvalcaba señalaba que «[...] [las carpas] pretendían ser publicaciones callejeras dirigidas a lectores de extracción baja».³⁹ La carpa llegaba al barrio, se instalaba primitivamente con unos cuantos postes, una persona iba y venía por las calles anunciando los espectáculos que esa noche se estrenarían. La imagen de la carpa era austera y sencilla, cualquier cosa improvisada era apropiada por los actores para hacer una representación pícaro cargada de humor mexicano propiamente del barrio. (Fig. 27)



Figura 27: Carpa El Buen Tono, s.f.

³⁷ Olguín, 2017, s.p.

³⁸ Citado en Alegría, s.f., p. 61

³⁹ *Ibid*, pp. 65,66.



Figura 28: Cantinflas y Manuel Medel, *Águila o Sol*, 1937.

Se harían sátiras de indios, homosexuales, prostitutas, policías, políticos, entre otros personajes icónicos en la cultura representados a modo de exageración con el fin de exaltar los defectos de cada personaje. El fin de ellas era de catarsis para la clase trabajadora que pasaba más de 10 horas diarias en trabajos forzados. El desahogo a través de las risas, el doble sentido y con la impetuosa necesidad de reforzar su identidad frente a las marcadas influencias extranjeras.

A mediados del siglo (1950) la carpa fue poco a poco absorbida por el cine y la televisión, de ellas surgieron importantes figuras que utilizarían a la carpa como trampolín para el siglo de oro mexicano y se convertirían en íconos y representantes del pueblo como Clavillazo, María Victoria, Cantinflas, Joaquín Pardavé, Resortes, entre otros.

EL TEATRO DE TÍTERES

Tuvieron origen cerca del siglo XVII a través de las clases populares que marcaban ambiente en las vías públicas, más adelante se establecieron en los jacalones y pequeños teatros de los pueblos. El fenómeno principal que generaron los títeres fue del reflejo social que enmarcaban las historias del costumbrismo y la historia mexicana, en el que se podía observar a policías, vendedores, barrenderos, curas entre otros, que formaban parte de la esencia popular de los mexicanos. **Los hermanos Rosete Aranda** alcanzaron popularidad en el siglo XIX por el cuidadoso detalle con que fabricaban sus títeres. (Figs. 31 y 32)

La carpa era el punto de reunión principal entre los espectáculos de títeres, resaltaban principalmente la pobreza y la necesidad de adaptarse al mundo ciudadano.⁴⁰ Además, los títeres tenían la capacidad de llevar a los mexicanos al su imaginario social.

Hacia 1932 se crea en Bellas Artes el teatro *guiñol* en el que se observan semejanzas de la nueva sociedad mexicana del siglo XX. Desde su origen hasta hoy los títeres se han mantenido fieles a través del tiempo logrando con éxito adaptarse a los cambios culturales de la sociedad mexicana.



Figs 29 y 30: Colección de títeres del INBA.



Figs. 31 y 32: Acervo del Museo Nacional del Títere Rosete Aranda. Huamantla, Tlaxcala.

40 Díaz, Yépez, 2013, p.37.

LA TANDA Y EL CAN CÁN

Con la influencia española de cobrar el teatro por horas surge en México el teatro de tanda, una propuesta para acercar a las clases menores a los espectáculos de mayor calidad. El teatro de tanda permitía pagar únicamente por fracción de presentación, se realizaban también en teatros elegantes para los sectores altos. Gracias a estas tandas, el género chico de la zarzuela se propagó alrededor de las distintas clases, influencia también de los jacalones en donde probablemente tuvo origen el *albur*. En las tandas se podía pagar por una pequeña cantidad un espectáculo de corta duración, y además constituía un símbolo de status social para las clases menores, ayudando a contrarrestar el teatro de culto y el popular.

El público del teatro ambulante era fácil de identificar, era un público de teatro gritón, de estrepitosas risas, no había lugar para catrines de sombrero de copa, este público albergaba al teatro de tanda. «La introducción de la tanda en 1880 revela una clase dominante que se encuentra imposibilitada para mantener la exclusividad de su vida cultural».⁴¹

A través del teatro de culto el uso de la publicidad recurrente a finales del siglo XIX por medio de anuncios fijados sobre los telones de los teatros o en los programas de mano. Recursos que hoy en día se siguen utilizando en los medios tecnológicos contemporáneos.

El can cán incursiona en México a través de la ópera, fue conocido también como género chico, e impulsó al género chico, a la carpa y a las tandas. Con su llegada al teatro de tanda el público enloqueció, el público de tanda sólo quería pan y can cán influencia también por el sector artístico francés. La llegada del can cán a México se popularizó principalmente en las carpas, además el Salón México contribuyó para el desarrollo del can cán a través del cine. Es en los salones de baile donde se presentaba el can cán donde podría observarse a los «famosos “pachucos” de cabello envaselinado, cortado al machete, con sus amplios pantalones balín con la valenciana ajustada y resorte, portando vistosos tirantes y zapatos de dos colores con tacón “cubano”; las jóvenes, por su parte, portaban una falda ceñida falda, cabellera oxigenada y gruesos labios de color rojo encendido, mientras masticaban su eterno chicle». Los temas principales del cabaret se central en la figura de la iglesia católica en relación con la política y su relación con el costumbrismo nacional, la complicidad con el régimen de gobierno, hace referencia también a la diversidad sexual y la opresión de las mujeres en éstos temas así como en su sexualidad.⁴² La estética del cabaret en un inicio continuaría con la influencia del can cán francés y más adelante se convertiría en la estética con la que hoy se conoce al siglo de oro mexicano.

⁴¹ Bryan, s.f., *op. cit.*, p.161.

⁴² Cruz, 2015, s.p. (Sitio web)



Figura 33: Cartel callejero anunciando las tandas del día.



Figura 34: Nacho López, *Carpa Bombay*, vista general (375298), 1952, plata sobre gelatina, CONACULTA, INAH, SINAFO, Fonoteca Nacional.



1.5 El Teatro Contemporáneo y Universitario

Paralelamente a los teatros ambulantes y de culto se comienzan a sentar las bases en búsqueda de una identidad cultural nacional. Surgen los grupos teatrales y de espectáculo en México.

Desde finales del siglo XIX se habría comenzado la construcción de recintos para la expresión artística, en el interior de la república se comenzaron a construir recintos icónicos en cada estado, por su parte en la Ciudad de México el Conservatorio Nacional (1866) cumpliría casi un siglo de construcción y el Teatro de Bellas Artes (1934) apenas tendría unos cuantos años.

1.5.1 El Teatro de Ulises

Encabezado por Antonieta Rivas Mercado y dirigido por Xavier Villaurrutia, el Teatro de Ulises surge en 1926 y se consideraría una especie de teatro experimental en contraposición con el teatro burgués, se reunirían personajes **no profesionales** en la escena teatral para realizar sus representaciones, ellos mismos realizarían las funciones de directores, escenógrafos y actores. Los escenógrafos del teatro de Ulises también serían los pintores Roberto Montenegro, Manuel Rodríguez Lozano y Julio Castellanos quienes primero contarían con conocimientos de pintura y más adelante se desempeñarían en proyectos de escenografía, posteriormente se integraría Julio Prieto. Serían grupos inconformes y cultos, también románticos y nacionalistas, en busca de una renovación artística. La temática que buscaría este teatro sería principalmente en **contraposición con la realidad mexicana** y el teatro costumbrista por una visión mayormente universal.⁴³

Gracias al teatro de Ulises se entiende la concepción del **espacio teatral** que finalmente se limitaría con biombos, cortinas y contaría con muebles y utilería para las representaciones. Además, su forma de producción sería integral en donde todos participarían en la producción, el diseño, la actuación y el vestuario. Finalmente sería este grupo quienes sentarían las bases de las propuestas escénicas para las futuras generaciones.

Página 42.

Figura 35: Palacio de Bellas Artes en construcción, CA., 1932, plata sobre gelatina. Archivo *El Universal*.

⁴³ Argudin, 1985, pp. 40,41.

«**F**ue aquel un bello momento del México nuevo que acallada la balacera de la Revolución... se encaminaba hacia la cultura, el México de Diego Rivera y de José Clemente Orozco en los nuevos, de Carlos Chávez, igualmente agresivo, desde el podio y al frente de una orquesta y de un público a quienes por igual sacudía del marasmo a latigazos de modernidad estruendosa, la abolición del cromo en la pintura [...]».⁴⁴

Salvador Novo

1.5.2 Los Contemporáneos

Se crea el grupo de Los Contemporáneos conformado principalmente por José Gorostiza, Xavier Villaurrutia, Salvador Novo, entre otros autores el grupo de los contemporáneos estaría formado por ensayistas, dramaturgos y poetas. Tiene como objetivo principal impulsar la revolución absoluta de la escena en México; a través de sus conocimientos buscarían la perfección del teatro mexicano. En el grupo de pintores de los contemporáneos estarían Roberto Montenegro, Rufino Tamayo, Julio Castellanos, Miguel Covarrubias, Manuel Rodríguez Lozano, María Izquierdo, Agustín Lazo, Carlos Mérida, Carlos Orozco Romero quienes a diferencia de Rivera, Orozco y Siqueiros, quienes apostarían por un arte de mayor intensidad y mayor limitación convirtiéndose en escenógrafos durante el movimiento contemporáneo.⁴⁵

Inicialmente contarían con la tutela de José Vasconcelos y más adelante seguirían por su aparte. Era menester de los contemporáneos coincidir en sus afinidades literarias y sus pensamientos ideológicos. De Vasconcelos distaban en importante manera con su doctrina vanguardista entre el 1927 al 1940. Gracias al impulso que tuvo Vasconcelos hacia la alfabetización de la cultura y el arte, México se convirtió en la Capital Cultural de América Latina durante cuatro años. Posteriormente Vasconcelos contribuiría a acercar la cultura mediante conciertos teatros al aire libre. Se realizaría la obra *Electra* y a través del artista Roberto Montenegro y se improvisaría una escenografía de estilo griego.⁴⁶ (Fig. 36)



Figura 36: Anónimo, gente presenciando *Electra* al aire libre (87736), CA. 1920, plata sobre gelatina, CONACULTA, INAH, SINAFO, Fonoteca Nacional.

Gorostiza como creador y director de este movimiento tuvo como premisa representar la realidad en que vivía el país. Los contemporáneos reviven el teatro paralizado con el teatro español para poner a México al día, asimismo darían a conocer nuevos

44 Argudin, 1985, *op. cit.*, p. 42

45 Martínez, 2000, s.p. (Sitio Web)

46 Rosas, 2010, *op. cit.*, p.289



Figura 37: Boceto de Julio Castellanos para la obra, *Las Fábricas*, 1928, INBA.

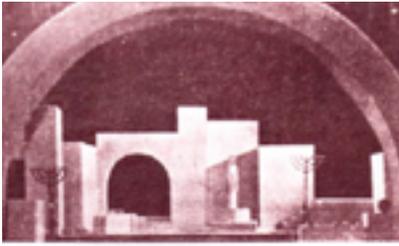


Figura 38: Escenografía de Carlos González, *Lázaró Rió*, 1933, INBA.



Figura 39: Boceto para escenografía de Julio Prieto, *Don Juan Tenorio*, 1932.

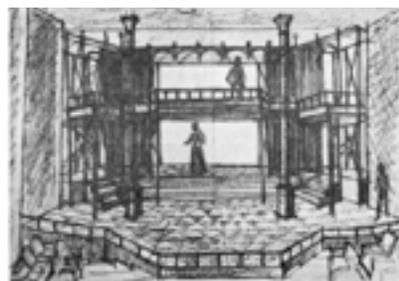


Figura 40: Boceto para escenografía de Julio Prieto, *Romeo y Julieta*, 1963.

escritos, así como autores mexicanos nacientes e introducirán sus conocimientos técnicos para la concepción teatral.

Algunas de las características de los contemporáneos es la ferviente crítica artística e **impulsarían a los artistas de la época a buscar nuevos caminos, además difundirían la nueva poesía y serían impetuosos en lo referente al nacionalismo mexicano.** A partir de ellos en esta época surgirá un nuevo estilo de entender y de vivir la cultura.

Dice Octavio Paz sobre Villaurrutia:

Sus obras están bien construidas, son inteligentes y algunas contienen pasajes admirables pero carecen de un elemento esencial: la teatralidad. Sin embargo, tienen un interés evidente: son un documento social... son un retrato exacto aunque involuntario de la clase media mexicana del segundo cuarto de este siglo... más por lo que callan que por lo que dicen. [...]

Las piezas en tres actos están bien construidas pero carecen de dimensión teatral: son al verdadero teatro lo que un dibujo es a un óleo. El motor de la acción no es la ambición, el poder o el dinero sino el deseo erótico en conflicto casi siempre con la moral social, es decir, con la familia. Las pasiones eróticas y los lazos familiares constituyen la doble fatalidad de este teatro... teatro de situaciones más que de caracteres. [...]

En las notas de escenografía, Villaurrutia insiste en el "buen gusto" de los muebles y el decorado. ... El lenguaje que hablan sus personajes nos parece ahora tan remoto como los fatuos espejos donde se espían. [...].⁴⁷

1.5.3 El Teatro de Orientación

El teatro de orientación surgiría a partir de 1937 en Bellas Artes gracias al trabajo de Usigli, en el cual buscará continuar y renovar el teatro de Ulises, mismo que tuvo gran respuesta tiempo atrás. Para este entonces el teatro mexicano ya había vivido su etapa de renovación, donde los poetas y dramaturgos se asociaron también con autores de comedia. En el Teatro de México (1943) se reunirían todos los esfuerzos realizados anteriormente por los contemporáneos y ofrecería una temporada a los mexicanos más calificados junto con algunos extranjeros.

Bajo la dirección de Celestino Gorostiza, es a través de este teatro en donde se destaca el ímpetu de Rodolfo Usigli por su condición de dramaturgo autónomo, apasionado por las investigaciones para incorporar **nuevas propuestas de la metodología escénica** y de producción. Participaron también Agustín Lazo, Carlos González (Fig. 38), Gabriel Fernández entre otros, que se encontraron en una nueva organización del espacio escénico. Agustín Lazo, por su parte sería reconocido por Villaurrutia como un gran ejecutor de escenografías,

⁴⁷ Argudin, 1985, *op. cit.*, p. 44

resolviendo asertivamente los problemas plásticos en la ejecución escénica.

Usigli y Villaurrutia aplicarían sus conocimientos adquiridos en la Universidad de Yale (1936), mismos que serían ignorados en el teatro mexicano. Dentro de estos estudios se ubicará el **papel del director** jerárgicamente más elevado e **independiente** que el los demás participantes del equipo de producción, otorgándole autoridad suficiente con el fin de generar un equilibrio en la puesta, separando la dirección de la escenografía y la actuación, valorando su importancia como elementos individuales.

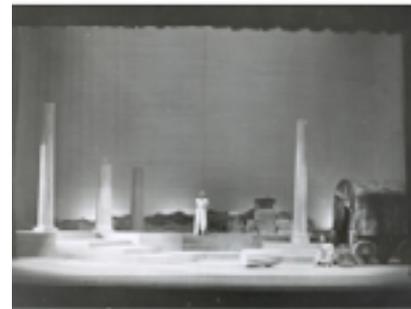
México se encuentra en una etapa de reconocimiento ante un nuevo repertorio escénico y cultural que comenzaría a surgir. Por su parte Usigli buscará caminos alternos para encontrar un orden y métodos particulares para sus puestas escénicas.

Las técnicas escenográficas representarían escenas interiores que no requerían de gran producción escénica. En general éstas técnicas no variaban demasiado los primeros años del siglo XX hasta septiembre de 1934 cuando se inauguró **El Palacio de Bellas Artes**, este majestuoso recinto integraría en su gama artística al ballet, la ópera y al drama, el problema sería el tema del nacionalismo. Finalmente se inauguró con una obra de Juan Ruíz de Alarcón *La verdad sospechosa* en conjunto con Carlos González, responsable de la escenografía quien realizaría una puesta de gran calidad. Su construcción se destacó por la gran calidad con la que fue ejecutada y significativo por su diseño, simetría y funcionalidad. Es el mismo **Carlos González** quien más adelante se consideraría como el iniciador de la **escenografía moderna de México**. González declararía que los telones pintados tienden a desaparecer y que los escenarios en México no se prestan para escenografías y decorados modernos y son estos mismos espacios los que imposibilitan la creatividad del artista. Fernández Ledesma hace su aparición apoyándose de cerca en los principios desarrollados por Gordon Craig por lo que genera una intensa búsqueda en los lenguajes visuales del teatro y las técnicas escénicas.⁴⁸ (Figs. 41-45)

Es necesario mencionar las aportaciones que Julio Prieto regalaría al teatro gracias a sus conocimientos de arquitectónicos en combinación la estéticas de las vanguardias. Prieto termina finalmente por completo con la tradición de los telones pintados introduciendo la escenografía corpórea generando las divisiones de planos, introduciendo también un escenario giratorio en el Palacio de Bellas Artes con el fin de hacer los cambios escénicos con mayor rapidez.⁴⁹ Asimismo Prieto tuvo gran facilidad por resolver escenografías también al aire libre lo que facilitaba su desarrollo en distintas escalas.

⁴⁸ Recchia, 1998, *op. cit.*, pp. 6-8.

⁴⁹ *Ibid*, p.10.



Figs. 41-45: Compilación de los decorados realizados por Carlos González para la obra *La verdad sospechosa* durante la inauguración del Palacio de Bellas Artes, 1934.

1.5.4 El Teatro Universitario

El teatro universitario constituye un punto de partida importante en el desarrollo cultural del país en materia escénica y dramática. En este punto se reconoce al teatro no solo como asignatura, asimismo a las áreas que integran a la puesta en escena.

A partir de 1934 encabezado por Usigli, se desarrolla la primera asignatura relacionada con el arte teatral en la Facultad de Filosofía y Bellas Artes en la Universidad Nacional, actualmente la Facultad de Filosofía y Letras. El año siguiente, el maestro y dramaturgo Fernando Wagner solicitó escenificar en el Palacio de Bellas Artes la obra *Peribáñez y el comendador de Ocaña*. Esta obra, dirigida por el mismo Wagner y representada por los alumnos de la facultad; la obra representaría la primera puesta en escena del teatro universitario⁵⁰.

El maestro Enrique Ruelas se incorpora a la enseñanza durante la actividad teatral agregando la asignatura de Dirección de Escena. Por su parte, Usigli se convirtió en director del departamento de Bellas Artes, lo que hoy constituye el INBA, contemporáneo a esto surge la Escuela de Arte Teatral de Bellas Artes en (1946). Luego de 25 años de impartir la asignatura de arte teatral se crea en 1959 bajo el rubro de Departamento de Arte Dramático, dentro del Colegio de Letras. Es en este periodo de tiempo cuando se comienza la construcción del Centro Cultural Universitario, abriendo espacios para el desarrollo de las disciplinas culturales dentro de la universidad como el Teatro Juan Ruíz de Alarcón, la Sala Nezahualcóyotl, el Foro Sor Juana Inés de la Cruz, el Espacio Escultórico, el Museo de Arte Contemporáneo, entre otros. Dentro del Centro Cultural Universitario forma parte la Coordinación de Difusión Cultural de la UNAM, como se conoce hoy en día.

«[...] el teatro de la UNAM ha desarrollado un movimiento artístico que no tiene comparación en nuestra historia teatral».⁵¹

Más adelante hacia 1989 nace el Colegio de Literatura Dramática y Teatro, dentro de la Facultad de Filosofía y Letras. El plan abarca ramas de la actuación, dirección, dramaturgia, diseño y producción y teatrología.⁵²

El teatro universitario marcó una pauta para el desarrollo cultural en México. «Como desde hace setenta años, el teatro

⁵⁰ Colegio de Literatura Dramática y Teatro UNAM, s.f.

⁵¹ Crestani, s.f., p.118

⁵² Colegio de Literatura Dramática y Teatro UNAM, s.f., *op. cit.*

universitario seguirá siendo el punto de referencia obligado para entender el teatro nacional del siglo XX y del inicio del XXI».⁵³

Tiene origen el Teatro Estudiantil Autónomo (TEA) en 1947 el cual retoma el sainete, además de representar entremeses cervantinos que se realizarían en plazas públicas con escenarios portátiles, cortinas y trastes recorrería poblados y barrios en el interior del país. Ruelas por su parte, dejaría la Universidad Nacional para dar origen al Teatro Universitario de Guanajuato en 1952, del cual sería director. Será una etapa de gran importancia para el catedrático el cual aprovecharía la arquitectura guanajuatense para comenzar con la realización de entremeses cervantinos en conjunto con la universidad, propiciando la creación de **Festival Internacional Cervantino**.

1.5.5 Poesía en Voz Alta

En 1955 se funda Poesía en Voz Alta, que tendría como objetivo central *la puesta en escena* como concepto y sus representantes ahora tendrán la tarea de fortalecer al teatro mexicano teniendo en cuenta la calidad del espectáculo. «Cada obra de Poesía en Voz Alta, era como una gran figura literaria, una metáfora, creada por una colectividad, éstas hacían tanto más amplio el panorama del teatro culto en México, por entonces muy reducido».⁵⁴

Octavio Paz y Juan José Arreola figurarían entre los escritores y la escenografía estaría a cargo de Juan Soriano y Leonora Carrington.

El estilo es definible: ambición cosmopolita, estudio meticuloso y su modernización de los clásicos españoles, nostalgias de *music hall* y de circo, utilización muy parcelada de elementos populares, énfasis en el poder del espectáculo y del juego, descreimiento de las grandes actuaciones virtuosas, uso preliminar del idioma del show e instauración de la igualdad entre poder verbal y movimiento dinámico de la escena.⁵⁵

El resto de los años 50 fueron de gran avance para Poesía en Voz Alta y para el teatro mexicano, gracias a sus nuevas propuestas en relación con el espectáculo. Además, gracias a ellos, México competiría con las mejores puestas en escena del extranjero. Desafortunadamente a finales de la década, el público quedó sujetado por el cine y la televisión quienes abarcarían gran parte de la audiencia y gran cantidad de actores optarían por trasladarse a esas plataformas, del mismo modo que los personajes que se hicieron fama por su parte en las capas ambulantes.

53 *Ibid*, p.120

54 Argudin, 1985, *op. cit.*, p. 67

55 *Ibid*, p.165



1.6 El *Boom* de los Festivales y Espectáculos del Siglo XXI

A partir de la segunda mitad del siglo XX, el espectáculo en México se vio dividido en dos vertientes importantes, la ópera musical de origen anglosajón y la expansión de cultura mexicana en busca de su identidad, sin olvidar la contribución que España dejaría un siglo atrás.

1.6.1 Festivales Culturales en México

El **Festival Internacional Cervantino** hace referencia probablemente al festival cultural más grande realizado en el país por sus características y su dimensión.

Tiene sede en la ciudad de Guanajuato, en el año de 1952 se encontraría en la lista de las ciudades declaradas por la UNESCO como Patrimonio Mundial y Patrimonio Cultural de la Humanidad. Como ciudad minera era a través de sus callejuelas y arquitectura un escenario natural, perfecto para dar vida a personajes icónicos dentro de la narrativa literaria española. Más adelante la ciudad se consideraría como una extensión del territorio de la Mancha.⁵⁶

Ruelas se convertiría en director del Teatro Universitario de Guanajuato y comenzaría la representación de los entremeses cervantinos. Esta etapa conforma un proceso de importante para el desarrollo de la historia cultural mexicana, tomando el legado literario de Cervantes. Armando Partida aseguraría que el Cervantino también nos pertenece como legado de la etapa novohispana. Ruelas principalmente decide aprovechar la escenografía natural con la que contaba la ciudad, hecho que identificaba de igual manera a los guanajuatenses de acuerdo a la narrativa de Cervantes.⁵⁷

El Teatro Universitario de Guanajuato conjuntaría una arquitectura teatral, literatura cervantina y vestuario teatral, este conjunto reunía lo necesario para la ilusión escénica. Hernán Ferro de la Sota definiría al paisaje guanajuatense como un escenario perfecto para el teatro urbano. Durante la segunda mitad del siglo XXI el escenógrafo Julio Prieto aseguraría a Ruelas que ya había sido superado como escenógrafo a través de quienes construyeron el Templo de San Roque.⁵⁸

⁵⁶ Briseño, 2015, p.7.

⁵⁷ *Ibid*, p.9.

⁵⁸ *Ibid*, p.11.

En septiembre de 1972 nace la primera edición del Festival Internacional Cervantino, realizándose con la temática cervantina en honor a los entremeses de Ruelas. Nuevamente recurriría a los escenarios naturales de la ciudad para la realización de sus entremeses. (Fig. 47)

Además, Ruelas se serviría de sus alumnos y de la gente local, el pueblo entero quienes participaron en la creación del espectáculo. «El imaginario colectivo de los habitantes de la ciudad de Guanajuato está permeado por la épica del Quijote de la Mancha, así como por algunos otros personajes de la literatura de Cervantes».⁵⁹

La primera edición del festival, tuvo una duración de veinte días y se presentarían alrededor de veintidós recitales, quince obras de teatro, doce presentaciones de danza, diez exposiciones, cinco proyecciones de cine y quince conferencias. Además de contar con la presencia de más de diez países invitados para enriquecer las propuestas escénicas.



Figura 47: Enrique Ruelas en la representación de los *Entremeses*, fuente de EL PAÍS, s.f.

El Teatro Universitario de Guanajuato cumpliría con su tarea de transmitir el conocimiento y la esencia cervantina, logrando consolidarse como «patrimonio teatral de todos».⁶⁰

El Festival Internacional Cervantino, a lo largo del tiempo ha logrado consolidarse como el principal festival multiartístico del continente americano, con una duración aproximada de veinte días. Durante el festival, tienen participación diversas disciplinas artísticas como el teatro, la música, la danza, artes plásticas y la literatura.⁶¹

⁵⁹ *Ibid*, p.14.

⁶⁰ *Ibid*, p.17.

⁶¹ García, J., Poyato, M., 2002, 89.

A lo largo de las ediciones del festival han Participado personalidades como Dolores del Río y Mario Moreno *Cantinflas*, ente otros. En 2005, Guanajuato fue declarada «Capital Cervantina de América».

Hoy en día las propuestas se han actualizado de acuerdo a las tecnologías que el espectáculo ofrece, dando espacio a grupos artísticos internacionales de maravillosas propuestas plásticas y visuales.

Además del Festival Internacional Cervantino existen una serie de festivales multiculturales que se desarrollan a lo largo de la república con el propósito de acercar a la población las propuestas culturales de México y del mundo, entre ellos se encuentran el de la Ciudad de México (1985), El Festival Cultural de Zacatecas (1987), los más antiguos en los que se encuentran La Feria Nacional de San Marcos en Aguascalientes (1828) y la Guelaguetza en Oaxaca (1932).



Figura 48: Baile tradicional de *Los Barreteros* en el Festival Zacatecas del Folclor Internacional, s.f.



Figura 49: Baile tradicional de la Guelaguetza en Oaxaca, 2017.



1.6.2 Los Festivales Musicales en México

A mediados del siglo XX pronto se comenzaría a propagar en el norte del continente la idea de realizar festivales musicales traídos de Europa con el fin de consolidar una nueva etapa cultural y musical para el consumo de juvenil.

Pronto los festivales serían parte de las congregaciones musicales y artísticas que reunirían a grupos masivos de jóvenes esperando recibir de ellos experiencias enriquecedoras, más allá de asistir solo a un concierto musical.

La palabra festival, pronto comenzó a surgir en el vocabulario de todos los promotores. Los festivales eran vagamente definidos como reuniones en estadios o pistas de carreras; algunos de los más aventurados hombres de negocios incluso consideraron los espacios de playa, dadas sus capacidades ilimitadas para recibir espectadores. Al agrupar varias presentaciones populares en el cartel, un festival podía obtener ganancias que rebasaban cualquier expectativa.⁶²

A finales de los años 50 la influencia extranjera se hizo presente en México a través de *rock and roll*.

Poco a poco, el rock fue ganando espacios en el gusto de los jóvenes de las clases medias mexicanas y convirtiéndose, como en el mundo anglosajón, en un componente sustancial para la cultura juvenil de los sesenta y principios de los setenta.⁶³

Numerosos grupos de rock de origen mexicano surgieron alentados por los grupos universitarios a lo largo de la república. Inicialmente tuvieron formación en la frontera de la república en donde se tenía mayor acceso y participación en este tipo de festivales, sin embargo rápidamente la *norteamericanización del entretenimiento* llegó a la capital.⁶⁴ Se puede observar en la cartelería de estos festivales la influencia psicotrópica, además del uso de elementos de distintas culturas, incluido México, con el fin de tener un impacto más exótico en su comunicación. (Fig. 51)

Inspirados por los numerosos festivales que se realizaban en Estados Unidos e Inglaterra con la bandera de la onda *hippie*, en México se buscaría crear un concepto bajo la misma línea en la que «[...] [la] expresión cultural en los que se conjunta la música, la cultura psicodélica, las dinámicas, de convivencia social *hippie*, y una idea de libertad promovida por los medios de comunicación masiva».⁶⁵ Es en octubre de 1968 en México se realizó el **Tijuana Pop Festival**, considerado por su organización como un evento dirigido a la población estadounidense.

Página 54.

Figura 50: Festival Electric Daisy Carnival, México, 2016.

62 Spitz, 2014, p.42. (Citado en Salazar, 2018)

63 Salazar, 2018, p.93.

64 *Idem*

65 *Ibid*, p.77.



Figura 51: Cartel publicitario de *Fancy Pants* con motivos aztecas, 1966.



Figura 52: Boleto de entrada para el *Festival de Rock y Ruedas* en Avándaro, 1971.

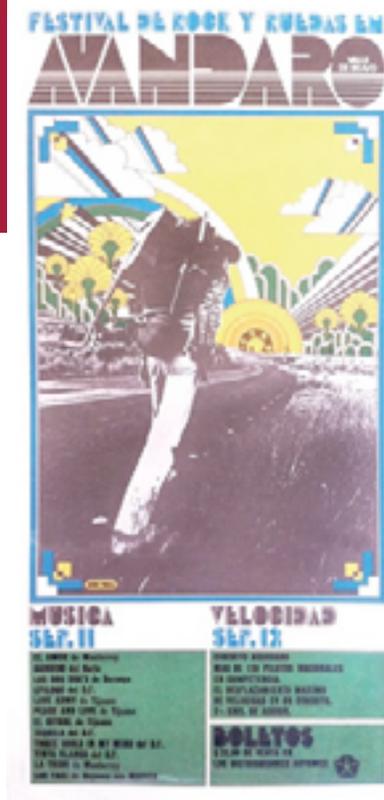


Figura 53: Cartel promocional para el Festival de Rock y Ruedas en Avándaro, diseñado por Joe Vera, 1971.



Figura 54: Cartel para el concierto de The Ramones, en el Ex Balneario Olímpico, 1992.

Luego de este accidentado evento, gracias a la fama que alcanzó «la onda chicana» con la bandera del amor y paz surge el primer festival de rock en forma en el país, **El Festival de Rock y Ruedas** en Avándaro en 1971, evento que reunió a más de 250 mil jóvenes ansiosos por vivir el «Woodstock mexicano» a través de bandas originales de rock. El contexto político que se vivía en México desembocó en una estigmatización de este tipo de espectáculos mal vistos por la derecha mexicana por inmorales y por la izquierda en oposición del imperialismo *yanqui*.

El cartel del festival contenía una sesgada influencia de «la onda», el contenido del cartel debía tener una comunicación efectiva después del sentimiento poco festivo que vivía México después de Tlatelolco y la Masacre del Jueves de Corpus.

Incluso para el diseño del cartel solicitaría al diseñador de origen nortamericano Joe Vera, egresado del Art Center College de Los Ángeles, por lo que posiblemente tendría una importante carga visual de lo vivido en los festivales anglosajones. Vera llegaría a México en el 68, año en el que se impartiría la carrera de Diseño Gráfico en la Universidad Iberoamericana y aparecía el auge del diseño mexicano. En el cartel se puede apreciar la estética de la etapa post México 68, la tipografía es muy característica de la época, además de la alegoría del joven hippie recorriendo un camino, al final se puede apreciar un destino floreado y colorido perteneciente a la onda de los años 70. (Fig. 53)

Luego de lo ocurrido en Avándaro, el «obscurantismo» del rock mexicano se hizo presente, durante este periodo se prohibieron espectáculos masivos específicamente de rock, lo que originó la creación de espacios de reunión *underground*, como los cafés cantantes o los «*hoyos fonqui*», que poco interés tenían en crear eventos con gran producción visual.

La comunidad universitaria de la UNAM y de la UAM conformaron una punta de lanza importante para el surgimiento de distintos movimientos de rock pues aún era prohibido realizar eventos de este tipo en plazas públicas. La universidad, abre las puertas de manera silenciosa a la realización de eventos de menor impacto a través de conciertos y «tocadas» en las diferentes facultades. Hubo pequeños espacios universitarios como el teatro de la Facultad de Arquitectura donde se presentaron nuevas propuestas de grupos de rock, pero siguieron faltando los escenarios.⁶⁶

Tomando en cuenta que en la capital los únicos lugares que existían para la realización de eventos masivos eran la Plaza de Toros y el Estadio Azteca pasa grupos de pop y artistas de música popular mexicana; se realizarían algunos conciertos de rock ente ellos a **The Police** (1980) en el Hotel de México (hoy WTC), **Queen** (1981) en Puebla. **Miguel Ríos** (1988) se presentaría en la plaza de Toros, quien alcanzaría gran popularidad por su sede y el gran número de asistentes que lo conformaron. Éstos eventos

⁶⁶ Rosas, 2010, *op. cit.*, p.373

formarían parte de una lista de conciertos realizados en México, pero no formarían parte de la escena de los festivales musicales.⁶⁷

Tiene origen el **Festival de Primavera de la Ciudad de México** (1985) con el fin de aumentar el número de visitantes en el centro histórico, así como el de generar un nuevo espacio para las aglomeraciones juveniles. El nombre del festival ha variado en distintas ocasiones y continúa realizándose, a la fecha ofreciendo gran variedad de alternativas artísticas.

Surge el movimiento del «**Rock en tu Idioma**» a finales de los años 80 con el objetivo de promover bandas de rock mexicanas, argentinas y españolas logrando presentaciones en el Auditorio Nacional y a partir de este punto el resurgimiento del rock se hace presente nuevamente en México. Sobresale el festival **De la Raza Pa' la Raza**, así como **Rocketitlán** y el **Serpientes Sobre Ruedas** de la UNAM.⁶⁸ Entre otros conciertos que se realizaron previos a la masificación de los festivales, **Pink Floyd** (1994) (Fig. 55) tuvo la oportunidad de realizar un concierto en el Autódromo Hermanos Rodríguez convirtiéndose finalmente este espacio en una zona favorable para espectáculos de gran magnitud.

Fue en el año de 1995 cuando surge la **Corporación Interamericana de Entretenimiento** (CIE) convirtiéndose en el corporativo empresarial mexicano más grande de entretenimiento del país, propietario de **OCESA** (1997) como promotor de espectáculos, quienes a través de su corporación se da origen nuevamente a los festivales de rock masivos en el país. «Apareció OCESA, que tenía como propuesta dar certezas: al gobierno en cuanto al orden; a los artistas en términos económicos y de producción, y al público en cuanto a la seguridad».⁶⁹ Con un pueblo hambriento de música bajo la dirección de Jordi Puig ilusionado por el impulso hacia la música latina, e influenciado por los festivales europeos. En 1991 se presentaría **INXS** en el Palacio de los Deportes (Fig. 56), dando por terminada la prohibición tácita de los eventos masivos internacionales.

Inicia en 1998, lo que llegó a cambiar el concepto de conciertos en México. Anteriormente se le llamarían «masivos» a las grandes congregaciones de personas reunidas para un espectáculo, previo a definir el concepto de «festival» hoy en día un evento masivo se le considera a eventos con aforos superiores a 5000 personas. El objetivo inicial sería el impulso a bandas de origen latino, no había interés inicialmente en presentar un evento espectacular sino funcional. «Los primeros pósters provenían de una maquila que sugería improvisación, falta de creatividad y predominio de las marcas que hacían posible el evento.»⁷⁰ Hoy en día hay mayor interés por la creación de propuestas visuales de mayor complejidad, generando mayores plataformas de trabajo a los distintos grupos creativos del país.

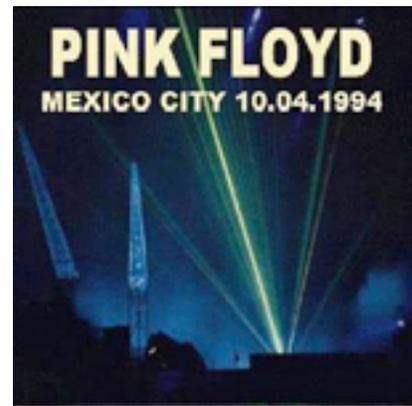


Figura 55: Publicidad para un concierto de Pink Floyd, 1994.



Figura 56: Cartel publicitario para el concierto de INXS en el Palacio de los Deportes, 1991.

67 Filter México, s.f. (Sitio web).

68 Audiomunchies, 2015. (Sitio web)

69 Rosas, 2010, op, cit., p.380.

70 Rincón, 2013. (Sitio web)

«La palabra festival, pronto comenzó a surgir en el vocabulario de todos los promotores. Los festivales eran vagamente definidos como reuniones en estadios o pistas de carreras; algunos de los más aventurados hombres de negocios incluso consideraron los espacios de playa, dadas sus capacidades ilimitadas para recibir espectadores. Al agrupar varias presentaciones populares en el cartel, un festival podía obtener ganancias que rebasaban cualquier expectativa».

Influenciado por la cartelería de los «sonideros» o de la música sinaloense con poco o nada sentido del gusto, reflejarían el contexto cultural que vivía cada sector popular del país. El **Vive Latino** lanzaría su primer cartel en el 98 como el **Primero Festival Iberoamericano de Rock** con más de una veintena de bandas anunciadas

“¡Dos días de puritito rocanrol!”, fue la frase con la que se invitó a la fiesta rockera. No se sabe quién diseñó el cartel, pero lo que se puede suponer, es que no hubo muchas ganas de querer hacer algo emblemático. Un collage con los artistas destacados fue el punto de partida. Lo destacable en ese discurso iconográfico fueron las manos que formaban con los dedos las letras ‘V’ y ‘L’, un sello que permanece actualmente.⁷¹ (Fig. 57)

Poco a poco la propuesta visual de festival se iría sofisticando y conceptualizando una idea distinta para cada edición. Hoy en día cada año se espera con el nuevo cartel, no sólo para conocer las bandas, también se convertiría en un referente a la propuesta visual que cada festival regalaría a sus espectadores. De entre los diseñadores que participaron en el festival se encuentra principalmente Alejandro Arizmendi, integrante del «Howling Monkey Studio» (2004 y 2009-2011), César Moreno *El Moreno*, de la agencia «¡Golpeavisa!» (2005), El argentino Jorge Alderete (2012), Alejandro Magallanes egresado de la ENAP (2013), Saner (2016) (Fig. 58), entre otros.⁷²

Para el año de 2012 los organizadores del festival ya no consideraban al Vive Latino únicamente como un festival musical, sino cultural. A través de sus distintas ediciones han buscado crear propuestas visuales más atractivas en los distintos escenarios a través de la creación de escenografías, así como la organización de activaciones y *performance* de tipo teatral, circense, de *skate*, danza, espacios deportivos, cine documental, ente otros, los cuales enriquecen al festival, convirtiéndolo en una ensalada cultural donde distintas disciplinas artísticas se hacen presentes en un solo lugar congregados en torno a la música y al entretenimiento. Retomando a las carpas mexicanas de un siglo atrás a través de presentaciones de *stand up* latinoamericano principalmente. Es el Vive Latino un ejemplo, entre otros festivales en donde se congrega la riqueza cultural mencionada anteriormente, rezago de lo que dejó la cultura dos siglos atrás. Actualmente estas actividades mencionadas son aprovechadas por las marcas para generar presencia en dichos eventos, aprovechando las oportunidades tecnológicas y visuales que ofrecerán a los asistentes.

Asimismo el Vive Latino es un iniciador del *boom* de los festivales en México, mismo que desencadenó en una ola de festivales que demandaba la población y que no comulgaba con las propuestas musicales del *Vive*, conformado por los distintos sectores musicales. Por mencionar algunos se encuentran, **Motorokr** (2007), **Coca Cola Zero Fest** (2008) antecedentes al **Corona Capital** (2010) quien después de varios intentos por despegar finalmente se enmarca hoy en día como uno de los festivales más representativos en el país, entre otros como el festival **Nrml** (2010) en la Ciudad de México, **Ceremonia** (2013) y el **Hell And Heaven** (2010) en Toluca. Algunos otros realizados en el interior de la república como es el caso del **BPM** (2008) en Playa del Carmen, **Coordenada** (2014) en Guadalajara, **Monterrey City Festival** (2014), el **Festival Pa’l Norte** (2012) en Monterrey, la mayoría de ellos con duración de entre uno a dos días.



Figura 57: Cartel publicitario para el Primer Festival Iberoamericano de Rock, 1998.

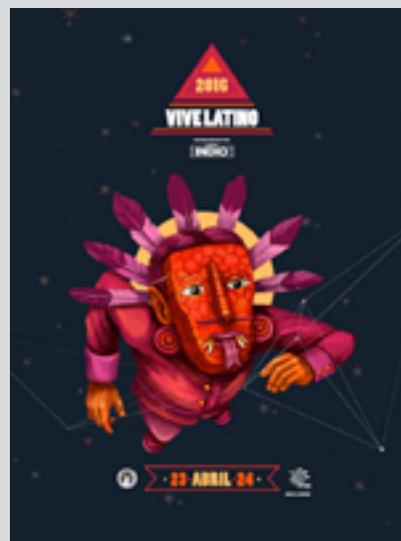


Figura 58: Cartel para el Festival Vive Latino, 2016, diseño por Saner.

⁷¹ Ídem

⁷² Ídem



Figura 59: Café Tacva, Festival Vive Latino, 1998.



Figura 60: Café Tacva, Festival Vive Latino, 2016.



Figura 61: Diseño de escenario para el Festival Ceremonia, 2017, Toluca.

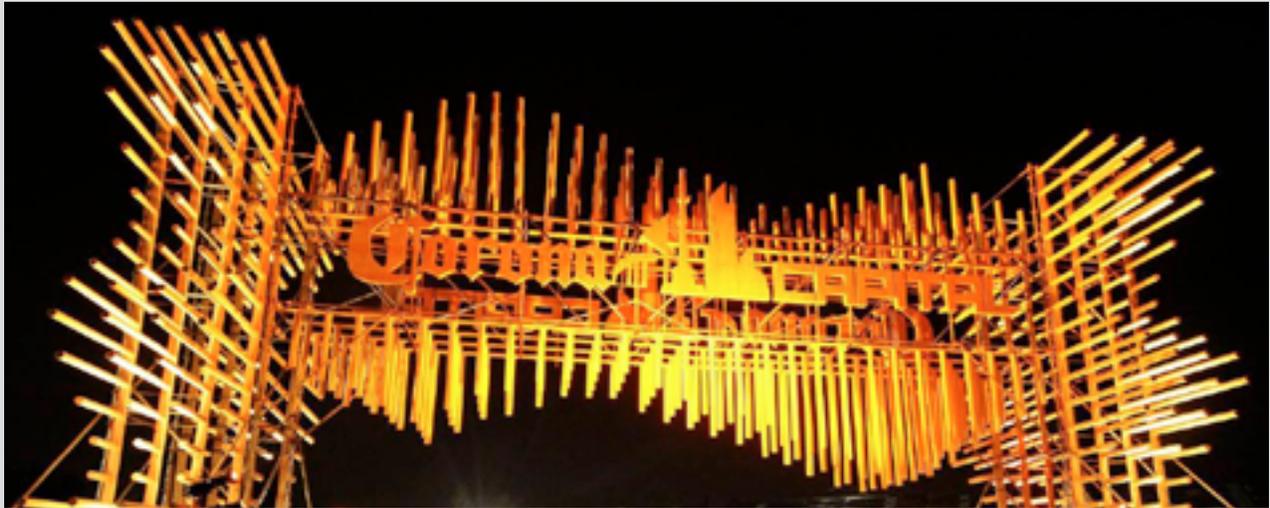


Figura 62: Diseño de arco principal para Festival Corona Capital, 2018.

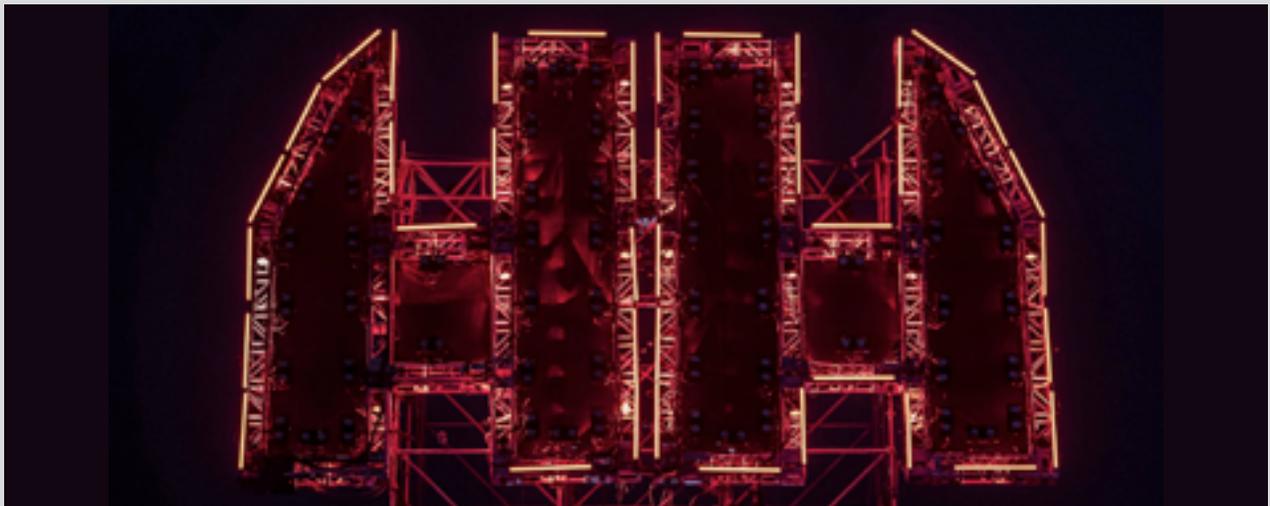


Figura 63: Diseño de estructura para Festival Hell and Heaven, 2018.



1.6.3 Festivales Experimentales

Los festivales musicales dieron paso a los festivales experimentales quienes se centrarían en crear experiencias integrales para los asistentes y en que el repertorio musical ya no sería la motivación principal de los asistentes. Los festivales experimentales ofrecen una experiencia que desconecta a los asistentes de su cotidianidad, con una duración de entre dos a tres días. Se realizan en espacios de gran extensión natural como bosques, parques o espacios desérticos. La idea de estos festivales inicia con crear realidades alterna con espacios para acampar, y que ofrezcan lo necesario para habitar el tiempo del evento. Por otro lado, la propuesta visual, de diseño, audiovisual, tecnológica y sobre todo la propuesta cultural que ofrecen esta clase de espectáculos es sin duda una más de las motivaciones para vivir esta experiencia. Éstos festivales portan una bandera ideológica y musical con la que finalmente se identificarán los asistentes, y dependiendo de ello será la ambientación visual que cada uno ofrece. Los festivales experimentales recuerdan los inicios de Avándaro que sigue siendo un punto de referencia con la que se identificaban los *onderos* quienes buscaban sentirse en a una realidad distinta utilizando al rock como pretexto para olvidarse por un momento del contexto en el que vivía México después del 68; que al día de hoy la situación política no se vislumbra muy distinta al de aquél entonces.

El **Festival Ometeotl** es un referente importante en la escena de los festivales experimentales, desde hace algunos años el Ometeotl ha sido un punto de encuentro entre festivales de música electrónica de tipo *psytrance*, engloba la experiencia musical con la energética y sensorial en representación alegórica a la cultura prehispánica.⁷¹ (Fig.64) El festival **Love Parade** de origen Alemán y el **Festival Tecnogeist**⁷² (2002), en el Monumento a la Revolución y en el zócalo respectivamente fueron antecedentes en la escena *raver* a la que pertenece el Ometeotl y una larga lista de festivales experimentales que ofrecen al público experiencias extra sensoriales. Algunos ejemplos de Festivales musicales de música electrónica en México que es necesario mencionar por su calidad de producción se encuentran el **EDC**, **Electric Zoo** y **Mutek** que han superado las expectativas en cuanto a producción, escenografía, y propuesta visual.



Página 62.

Figura 64: Festival Ometeotl, México, s.f.

Figura 65: Electric Daisy Carnival, México, 2017.

71 El Mexiqueño, 2016. (Sitio web)

72 Trance iT Magazine, s.f. (Sitio web)



Figura 66: Festival Tomorrowland, Bélgica, 2017.

Desde inicios de siglo XXI la propuesta audiovisual en los festivales ha ido en crecimiento, gracias a la introducción de nuevas tecnologías para la creación de espacios alternos, hoy en día son obligatorias para cualquier espectáculo que se considere a la vanguardia en las herramientas tecnológicas y audiovisuales. Éstas tecnologías en conjunto con la creación de soberbios escenarios móviles y luminicentes que dejan boquiabierto a cualquiera que lo viva, guste de la música electrónica o no. Otro ejemplo que es necesario mencionar para entender la propuesta visual que la música electrónica ha aportado a los espectáculos experimentales es la llegada del **Festival Tomorrowland** de origen belga con más de 10 años de experiencia, constituye una fórmula majestuosa en la escena de los festivales de cualquier tipo en donde sin lugar a dudas las disciplinas visuales, tecnológicas y artísticas se hacen presentes en absolutamente todos los detalles de ésta exhibición artística. (Fig. 66)

Por otro lado en México, existen otro tipo de festivales experimentales como el apenas naciente **Carnaval de Bahidorá** que tiene sede en Las Estacas en Morelos del que algunos hacen referencia como «el lugar al que todos queremos escapar», o el **Festival Vaivén** de Los Jardines de México, en el que se crean pequeñas ciudades con todo lo necesario. El público de estos festivales forma parte de un grupo muy específico y reducido de la población mexicana, muy alejado por cierto al de los años 70. (Fig 67)



Figura 67: Diseño de escenografía para Carnaval de Bahidorá, diseñado por Deskgram, 2014.



Figura 68: Diseño de estructura para escenografía The Burning Man Festival, U.S., s.f.

Por otra parte, el **Burning Man** realizado en Estados Unidos es otro suntuoso ejemplo del espectáculo contemporáneo que conjuga propuestas escenográficas, arquitectónicas y de ingeniería y diseño, en adhesión con el *performance*, hace que este festival parezca extraído del subconsciente onírico y que más de uno quisiera revivir. Tanto el Tomorrowland como El Burning Man, basan sus experiencias en conceptos creados que giran en torno al misticismo, propios de figuraciones alternas y son perfectos para que los asistentes formulen escenarios idealizados con estos conceptos. (Fig 68)

*We believe...
in a commitment to create a reality that relates positively with Mother Nature and contributes to the well-being of the next generations. Let's engage with each other and do something good today, for which we will be grateful for tomorrow.*⁷³

Ambos son ejemplos de exhibiciones multidisciplinarias en donde se reúnen disciplinas para la producción y realización del proyecto en donde se encuentran desde luego, la ingeniería musical y de sonido, artistas visuales, diseñadores visuales e industriales, arquitectura, escenógrafos, ingeniería industrial entre otras; encargadas de crear espacios «imposibles» en escenarios palpables.

Our intention is to generate society that connects each individual to his or her creative powers, to participation in community, to the larger realm of civic life, and to the even greater world of nature that exists beyond society.

*We believe that the experience of Burning Man can produce positive spiritual change in the world.*⁷⁴

⁷³ Tomorrowland (Sitio web)

⁷⁴ The Burning Man (Sitio web)





Creemos...
En un compromiso para crear una realidad que se relacione positivamente con la Madre Naturaleza y contribuya al bienestar de las próximas generaciones. Comencemos el uno con el otro y hagamos algo bueno hoy, por lo cual estaremos agradecidos por el mañana.»

Tomorrowland



«Nuestra intención es generar una sociedad que conecte a cada individuo con sus poderes creativos, con la participación en la comunidad, en el ámbito más amplio de la vida cívica y en el mundo de la naturaleza aún mayor que existe más allá de la sociedad.

Creemos que la experiencia de Burning Man puede producir un cambio espiritual positivo en el mundo».

The Burning Man



1.7 El Contexto Actual

Los Festivales han sido uno de los tipos de espectáculos más influyentes en la actualidad. Tomando en cuenta la comparativa con el desarrollo de los espectáculos a lo largo de la historia de México, los festivales musicales ayudaron a eliminar algunas de las barreras sociales dentro del espectáculo puesto que los costos de las entradas inicialmente serían accesibles para el público y no diferenciaban entre la diversidad de los estratos, si los distintos públicos podían pagar el boleto podía gozar de los mismos beneficios que cualquiera, hoy ha cambiado esta dinámica en algunos de esos festivales, elevando los costos y generando zonas preferentes a precios aún más altos, sin embargo la distinción se ha aminorado considerablemente si se recuerda a los espectáculos del siglo XIX.

Por otro lado, gracias a los festivales; los espectáculos y el nivel de consumo cultural en México ha ido en incremento en los últimos años. Sobre todo tomando en cuenta que el boom de los festivales no ha sido sólo el México, sino en el resto mundo. Por su parte, México ha tenido el enorme reto de recuperarse en la escena musical y artística, luego de Avándaro y retomado por OCESA ya sea en propuestas visuales, así como en los niveles de gestión cultural tomando como referente en estas áreas a los países nórdicos y el resto de Europa.

NIVELES DE CONSUMO DE LAS ARTES Y EL ESPECTÁCULO EN MÉXICO

Para nadie es un secreto que en comparación con países como Noruega, Finlandia, Suecia, España o Francia; México tenga un nivel de gestión cultural muy por debajo. La antigüedad con la que cuentan sus festivales ya rebasan los 30 años equiparado con el Festival Vive Latino, que ostenta de tener dos décadas de realización (salvo en dos ocasiones) tomando en cuenta que al menos un 36% de los jóvenes asistieron a un festival musical en el Distrito Federal hasta el 2010.⁷⁵

Analizando la problemática del retraso con el que cuenta el país es posible observar que deriva de distintas fallas en el sistema cultural, como la falta de políticas públicas y la ausencia de leyes en materia de cultura. Avanzar tanto en niveles de gestión cultural como a nivel visual depende de la apertura que exista en mayor medida de las distintas áreas y dependencias, es tarea de las distintas especialidades

⁷⁵ Négrier, E., Bonet, L., Guérin, M., 2013, pp.37, 42.

de diseño, arte y cultura la creación de espacios propios tanto para el consumo, el conocimiento y el desarrollo de proyectos innovadores.⁷⁶

De acuerdo con la **Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumos del Distrito Federal** en 2010 el porcentaje de los encuestados en actividades relacionadas con el teatro el 6.45% tiene interés en el desarrollar estudios sobre escenografía. Por su parte, en relación a los interesados en las artes plásticas, el 29.04% tiene interés en el desarrollo de la escultura y con respecto a las artes visuales de los interesados, el 22.11% de igual manera está interesado en el estudio de actividades escenográficas.⁷⁷

De los encuestados en 2010, solo el 7% dedica su tiempo libre a asistir a conciertos y el 2.56% a actividades relacionadas con eventos culturales y teatro en caso de contar con más tiempo; el 10% se dedica a practicar actividades artísticas.

Esta encuesta también refleja que gran parte de las limitantes que se presentan y la razón de los resultados que se arrojan al 33.63% no le interesa y a otro 34.20% que si le interesa dejaron de asistir principalmente por motivos económicos y en segundo lugar por motivos de difusión. Hoy en día existen numerosas propuestas de espectáculos de gran calidad y bajo costo que tienen la limitante de contar con pocos recursos para su difusión o estrategias fallidas. Por otro lado, una de las respuestas que siguieron en la lista de quienes no asistieron a los espectáculos fue en relación a la calidad de los mismos lo cual es aún más alarmante.

Por su parte de **2012 a 2014** las estadísticas a nivel nacional en México cambiaron en relación al 2010, cabe recordar que en estos años la propuesta de los festivales musicales fue en crecimiento ya que al menos cuatro de diez personas encuestadas ya habían asistido a un festival musical; por su parte la **asistencia en ferias y festivales aumentó**, 35 de cada 100 personas asistieron al menos una vez, lo que equivale a 42 veces la asistencia del Festival Internacional Cervantino en 2012.⁷⁸ En relación con los eventos culturales la encuesta arroja que asistieron al menos en una ocasión seis de cada diez personas. Estos números son motivadores, al denotar el crecimiento del interés poco a poco en asistir con mayor frecuencia a algún espectáculo cultural, asimismo se traduce en que existe un mayor número de personas dedicándose a la producción y al diseño de estos eventos. Se advierte que el 3% de la población participa en la organización de los espectáculos culturales, en igual medida de hombre y mujeres. Es por ello en la insistencia de apostar hacia la investigación y el desarrollo de espectáculos culturales en México.

⁷⁶ Moreno, C., 2010. (Sitio web)

⁷⁷ Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumos del Distrito Federal, 2010, CONACULTA.

⁷⁸ Encuesta Nacional de Consumo Cultural, 2012, INEGI.

En el caso de los espectáculos en México la **Encuesta Nacional de la Ciudad de México en 2015** arrojó datos interesantes en relación con 2010 ya que la perspectiva de la difusión de los espectáculos el 37.9% opinó que era buena y el 8% muy buena. La opinión de los encuestados en relación con la calidad de los eventos que se ofrecen en México el 56.9% lo calificó como buena.⁷⁹

Como último punto registrado de esta encuesta sobresale el tema del interés en relación a estudiar alguna disciplina vinculada con la gestión cultural, las artes o el diseño arrojaron a más de un 22% de personas interesadas. Es gracias a estos números que la presente investigación enfoca al siguiente capítulo al desarrollo del diseño y la comunicación visual en los espectáculos escénicos; con el fin de incrementar su calidad visual en la escena y asimismo mejorar la calidad en las propuestas visuales de difusión y promoción.

⁷⁹ Encuesta Nacional de la Ciudad de México, 2015, Secretaría de Cultura.



CAPÍTULO II

El diseño de espectáculos escénicos

2.1 El Diseño de Espectáculos Culturales.

La realización de un proyecto cultural requiere de múltiples disciplinas que convergen en un solo equipo de trabajo, cada una con autonomía hacia un mismo objetivo. El diseño de espectáculos culturales no se refiere a ninguna disciplina o a una participación formal dentro del equipo de trabajo. Éste es un término que deriva de la presente investigación y que involucra a cualquiera de las áreas dedicadas a la imagen y a la estética de los espectáculos.

Resulta inherente hablar de *diseñar* como una actividad que lleva consigo un proceso creativo (de creación) para la solución de algún problema. Wucius Wong dice que el Diseño es «un proceso de creación visual con un propósito».⁸⁰ Inevitablemente el diseño lleva consigo un deseo por transmitir un mensaje a través de signos diseño-designio, en latín, *designare* es decir, dar nombre o signo a algo, representar, dar imagen a un concepto. Así el diseño se desarrolla esencialmente con el proceso de significar algo pues diseñar se relaciona con el conocimiento de los signos, que lleva el mensaje. Entre otras definiciones se encuentra en conjunto con la idea previa para estructurar de algo.

Aquél que se diga hábil en el diseño de espectáculos culturales, debe ser un experto en el manejo de los elementos visuales dentro de la escena en conjunción con el tiempo y el movimiento. Además de tener las herramientas para la difusión y comunicación del espectáculo. «El diseñador es una persona creativa que va a utilizar todos sus conocimientos, vivencias, preferencias y gusto personal derivados del entorno y ámbito social

⁸⁰ Wong, 1997, p.9.



Figura 70: Cirque du Soleil, Toruk, 2017

de su formación».⁸¹ Adicionalmente, el diseñador debe ser capaz de participar y comprender los procedimientos dentro de la producción en conjunto con el equipo de trabajo. Es entonces cuando al inicio del proyecto el diseñador de espectáculos tiene que plantearse una serie de cuestionamientos desde su origen y asimismo es obligación tanto de él como de la producción, resolver las interrogantes clave necesarias para su desarrollo como los *¿qué, por qué, quién, dónde, cómo, cuándo, cuánto y con qué?*

Tomando en cuenta los factores para la gestión, se deben seguir los procesos necesarios, sin dejar de mencionar que no existe una única vía en el camino de la producción; la mejor será aquella que se adecúe al proyecto y al equipo de producción.

81 Nava, 2016, p.34.

2.2 El Plan de Trabajo

2.2.1 El origen, ¿qué?

El origen de toda producción escénica proviene de la idea, ya sea de un director, escritor o *mánager* quienes buscan crear espacios de reunión entre los que debatirán ésta primera idea, que requiere de grandes manos y mentes para hacerlas realidad. En algunos casos el origen tiene razón a partir de políticas culturales, encargos, o por el gusto de crear una propuesta profesional innovadora.

El origen del proyecto parte de la motivación para su realización, por ello es necesario su conocimiento para que el equipo de producción se involucre en la idea, adopte el proyecto y de esta manera se desarrolle un trabajo con mayor fluidez en el que cada integrante genere su propias propuestas para renovarlo y actualizarlo, y se obtenga como resultado un espectáculo exitoso. En algunos casos la motivación nace como respuesta a una demanda de la sociedad o como una necesidad en algún área específica.

CONCEPTUALIZACIÓN

Una vez tomado en cuenta que el origen del espectáculo se encuentra en la idea, es menester para el crecimiento del proyecto explorar la idea a profundidad con el fin de conocer el tema del proyecto, es decir, la idea principal que se va a desarrollar con sus implicaciones sociales e ideológicas.

Cualquiera que sea el tipo de evento, debe realizarse una narrativa por parte del director y/o escritor a través de guiones descriptivos y técnicos para el entendimiento del proyecto. Con esta narrativa debe existir una exploración del concepto y lo que el director espera reflejar en el proyecto a través de la búsqueda de elementos emocionales para transformar visualmente el proyecto. En esta búsqueda por transmitir escénicamente las ideas, historias o emociones, se debe ver reflejado con el estilo, la época entre otros detalles que acerquen al resto del equipo; especialmente al equipo creativo y al equipo artístico quienes materializarán la idea.

La definición del concepto es una de las partes más importantes para el proceso creativo; pues la búsqueda de matices y su interpretación requiere del profundo conocimiento del concepto,

asimismo, es posible recurrir a los recursos plásticos y artísticos para la búsqueda de un producto original.

2.2.2 Antecedentes, ¿por qué?

Una vez que se conoce el origen y la motivación del proyecto, se procede a una investigación que arroje los antecedentes para tener un punto de partida, que generará mayor acercamiento a la sociedad o al nicho que se espera llegar, así como el lugar en donde se planea realizar el proyecto. Es imperativo conocer los antecedentes, ya que ellos arrojan información valiosa para aprender sobre aquello que funciona para el espectador e identifica las fallas por mejorar de proyectos anteriores. En caso de dejar a un lado los antecedentes del proyecto, es probable retomar errores anteriores sin aprender de ellos y el proyecto corre el riesgo de no evolucionar. En el caso de proyectos que parten desde cero, se tomarán de referencia proyectos similares con el fin de obtener mejores resultados y tener mayor claridad.

2.2.3 Objetivos, ¿para qué?

A partir de este punto ya debería haber conocimiento sobre el origen y los antecedentes del proyecto, es útil tener claridad de los objetivos que tienen como meta alcanzar al finalizar el proyecto. Los objetivos son metas que se esperan alcanzar con la realización del proyecto mediante la obtención de los resultados al finalizarlo. El equipo de producción en conjunto definirá si los objetivos fueron alcanzados, éstos deben ser pocos, concisos, claros y alcanzables.

Los objetivos buscarán mejorar la realidad y se medirán mediante resultados alcanzables, a través de un periodo de tiempo definido. A diferencia de la finalidad, que necesita de los objetivos específicos para alcanzarse.

«Un proyecto sin finalidad es como un barco sin rumbo. Sin saber a qué puerto debe llegar, el barco puede que navegue muy bien, pero nunca sabrás a dónde tiene que ir.»⁸²

82 De León, 2013 p.52.

2.2.4 Conocimiento del contexto, *¿para quién y dónde?*

Para la realización del proyecto es riguroso investigar el contexto en que se realizará el espectáculo, es necesario plantearse una serie de cuestionamientos para cubrir la investigación, el tipo de espectador, cómo es el lugar en donde será la presentación; o en dado el caso, si existe alguna situación prohibida de acuerdo a las leyes establecidas por el lugar ya sea por situaciones políticas o históricas.

Existen casos en donde se forzan los espacios de convocatoria para hacer un proyecto y todo el trabajo gira en torno a encajar en las características del contexto, dejando de lado la esencia del proyecto y por desgracia el proyecto termina por convertirse en un pedido sin identidad, no se trata de crear un proyecto que «cumpla» sino el de crear un proyecto que **aporte**.

2.2.4.1 *El espectador*

El conocimiento del espectador al que se dirigirá el proyecto es de las primeras actividades que se resolverán durante el conocimiento del contexto, se debe definir abordando aspectos desde el género, la edad, sexo, nivel socioeconómico y características especiales en función del espectáculo.



Figura 71: Festival Vive Latino, 2018.

En algunos casos, se recomienda el conocimiento de la dinámica territorial y de quienes lo habitan. En caso de tener preguntas específicas sobre la población, podrían llegar a realizarse encuestas enfocadas a la información que se busca obtener. Asimismo el de contextualizarse en la realidad sociológica de la población, conocer su expectativas con respecto al tema que se eligió para el proyecto. Además de llevar a cabo consultas ciudadanas a lo largo

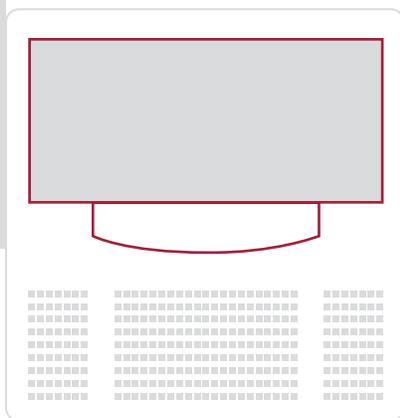


Figura 72: Escenario tipo frontal o a la italiana.

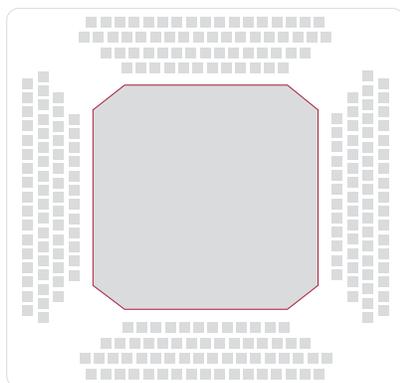


Figura 73: Escenario tipo arena.

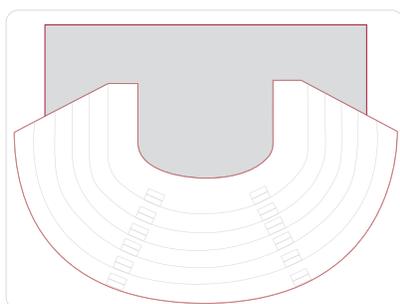


Figura 74: Escenario tipo semi arena.

de la población, podrían incluirse entrevistas puntuales a personas con autoridad de información para tener mayor conocimiento del contexto ya sea en temas políticos y culturales del entorno. No es recomendable reducir demasiado los parámetros del espectador ya que limitan las posibilidades de producción, sobre todo en caso del trasladar del espectáculo a giras foráneas el público siempre es variable, ya sea por conductas sociales y dinámicas territoriales.

La planeación de numerosos proyectos que se realizan van de la mano directamente de las conmemoraciones o festividades a nivel cultural dependiendo el contexto en el que se sitúe.

Durante la investigación del público espectador, existen algunos puntos que deberán evitarse, como el generalizarlo, confundir su análisis con uno demográfico, no segmentar al espectador al que se quiere llegar; en algunas ocasiones ni si quiera llega a hacerse un análisis y no hay conocimiento del espectador que se dirige. Tener clara esta información es clave para éxito de cualquier proyecto, que posteriormente se verá reflejado en los resultados.

2.2.4.2 El lugar

Es menester conocer el espacio donde se llevará a cabo el proyecto durante el proceso de planeación a través de un *scouting*, que preferentemente debe contar con las condiciones acústicas y visuales necesarias para el conocimiento de los accesos, conexiones, zonas de seguridad, servicios, así como de los elementos que forman parte de la adecuación del espacio. Al visitar el recinto se amplía la información teniendo más claridad de los espacios y medidas.

Información necesaria para el *scouting* de un recinto:

- Ficha general (Nombre del teatro, ubicación, teléfono)
- Ficha técnica (Con medidas, planos y aforo, características del proscenio)
- Altura de tramoya con medidas y planos
- Cabina (*house*) de audio e iluminación
- Conexiones eléctricas
- Acústica del lugar
- Acceso del talento y escenografía
- Horarios de carga y descarga
- Dimensiones de la puerta de escenografía
- Lista de equipamientos técnicos (tramoya, iluminación y audio) en existencia
- Cantidad de personal de apoyo por parte del recinto

TIPOLOGÍA DE LOS ESPACIOS ESCÉNICOS

Ya sea en espacios abiertos o cerrados, se debe identificar el

tipo de recinto se enfrenta el proyecto, éste conocimiento es de ayuda tanto para el diseño de escenografía como para la dirección escénica o artística para lograr definir y contemplar las medidas de los espacios en relación con los habitantes del escenario. Los tipos de espacios escénicos se dividen de la siguiente manera:

- **Frontal o a la italiana**

Consiste en teatros tipo herradura o rectangulares, en que la vista del espectador viene de un solo lugar y generalmente se distribuyen en abanico con diversas opciones de altura para el público. (Fig. 72)

- **Escenario tipo arena**

Refiere a un espacio rectangular o cuadrado, la visión se ubica de manera frontal.

Es parecido a un foro o mesa redonda la visión debe ser buena desde cualquier ángulo. (Fig. 73)

- **Escenario tipo semi arena**

Es similar a un espacio en media luna, con tres vistas. (Fig. 74)

- **Escenario circular y elíptico**

Son lugares abiertos, circulares con gradería para una mejor visibilidad. Tienen similar vista desde todos los puntos. (Fig. 75)

- **Escenario isabelino**

Se caracteriza por ser principalmente alargado, cuenta con tres vistas, una de ella es la principal, y la vista que no tiene acceso se destinará como un acceso para los actores y elementos de *staff*. (Fig. 76)

- **Escenario polivalente o de usos múltiples**

Por sus características puede sufrir cambios en su acomodo estructural dependiendo el tipo de evento o espectáculo, para adecuarse a las necesidades del proyecto. Hoy en día la cantidad de público que está dispuesta a asistir a espectáculos en este tipo de espacios con menor formalidad es cada vez mayor, puesto que en la mayoría de casos requieren de menor protocolo por ambas partes, lo cual no es más que un reflejo de la regeneración social a diferencia de lo expuesto en el capítulo anterior, marcado por una notoria diferencia entre los diferentes estratos. (Fig. 77)

- » Se explotan espacios que fueron construidos para otros fines (fábrica, bodega).
- » *La caja negra*. También llamada cámara negra, se conforma por espacios con algunas opciones de elementos técnicos como luces y en estos espacios se tiene la opción de hacer el acomodo que más se ajuste al tipo de espectáculo.
- » Permite al espectador tener la perspectiva tener la perspectiva que tiene el director.
- » El acomodo del espectador es variable de acuerdo al tipo de «encuadre» que necesita el discurso de la obra.
- » Itinerante.

Se aplica en formatos similares a los carros alegóricos.

El teatro popular de la calle se identifica plenamente en este tipo.

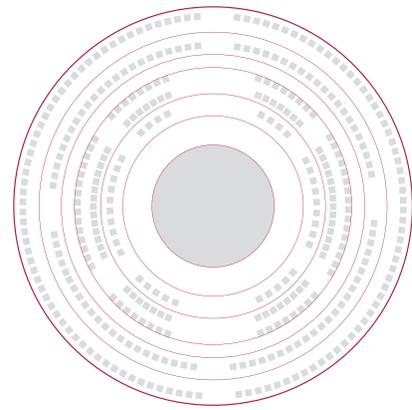


Figura 75: Escenario tipo circular.

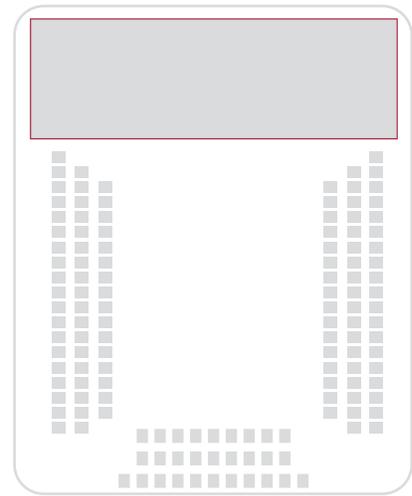


Figura 76: Escenario tipo isabelino.

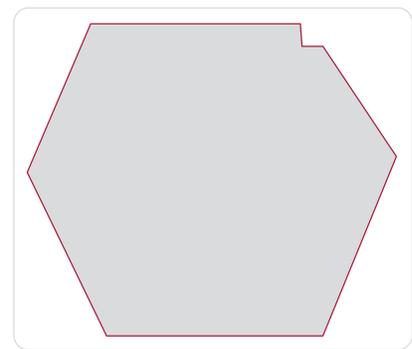
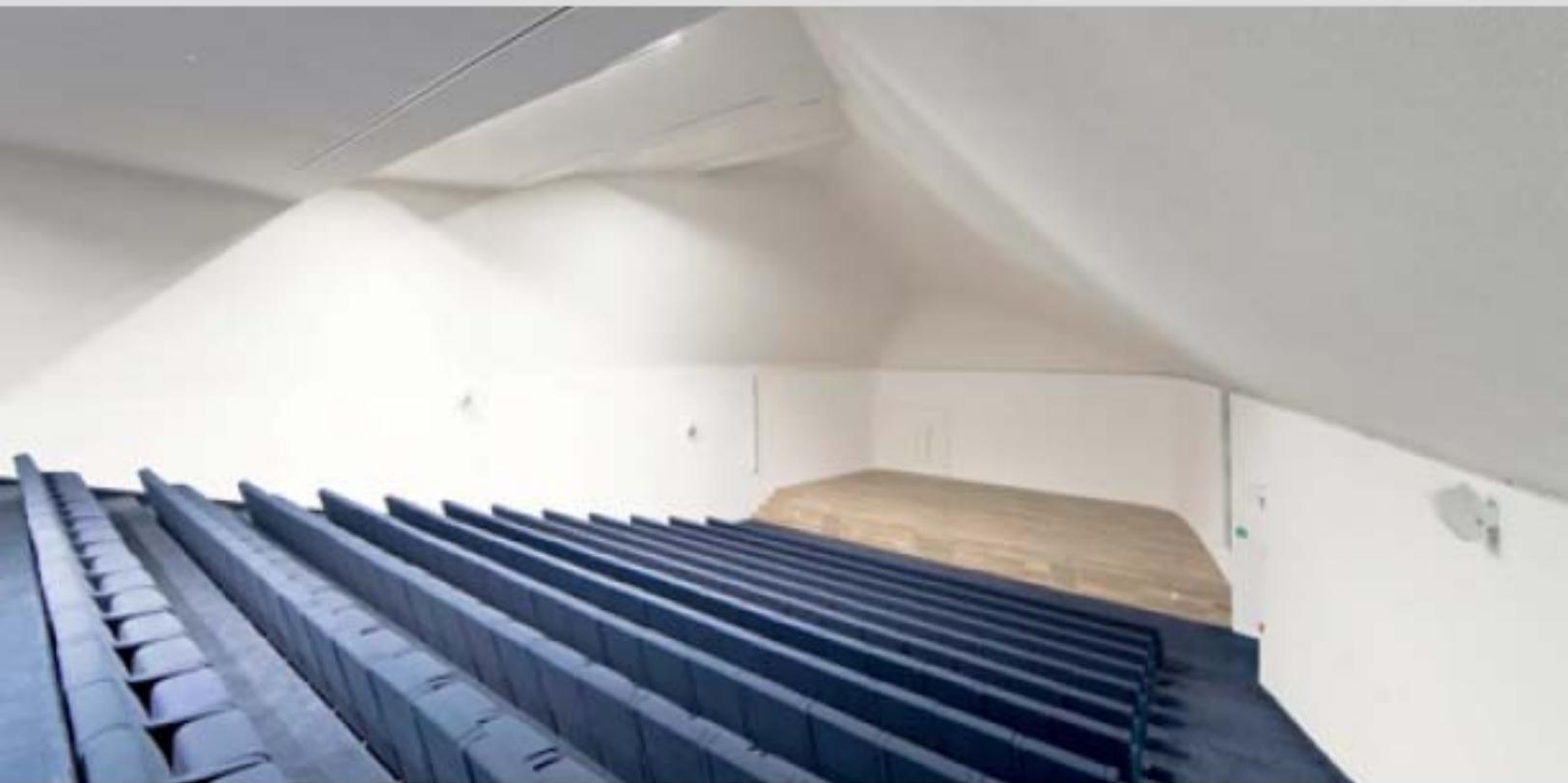


Figura 77: Escenario polivalente.



Figuras 78 y 79: Hellow Festival, Parque Fundidora, Monterrey, 2016.
Antes y durante la producción del evento.



Figuras 80 y 81: *Mussi y la Máquina del Tiempo*, Teatro del Museo Soumaya, CDMX, 2014.
Antes y durante la producción del evento.

2.2.4.3 Análisis del contexto

EL ANÁLISIS FODA

El análisis FODA es un sistema importante en el proceso de investigación, el cual permite tener un mayor conocimiento del proyecto. Por sus siglas (FODA) estudia las *fortalezas*, las *oportunidades*, las *debilidades* y las *amenazas* del proyecto. Si bien es cierto que éste análisis se limita a puntos específicos en su realización, por otro lado permite ver los matices que existen entre ellos, durante la investigación del FODA gran número de autores coinciden en usar este análisis para el conocimiento del contexto de un proyecto.

Retomando la propuesta que David Roselló hace sobre el FODA, Roselló remarca los agentes externos en los cuales las características del entorno no pueden modificarse y el proyecto está sujeto a ellas. Las oportunidades y las amenazas forman parte de los agentes externos a los cuales se ajusta el proyecto; por otro lado los agentes internos se vinculan con las fortalezas y las debilidades, quienes están en manos del equipo de producción, puede modificarse de tal manera que vayan encaminadas al éxito del proyecto.

En este análisis del FODA si se visualiza el cuadro en el que en uno de sus lados estén los agentes externos (el entorno) y por el otro los internos (la organización), se pueden observar de qué manera se complementan las fortalezas de la organización en relación con las oportunidades y las amenazas dependiendo del entorno la situación del entorno en que rodea al proyecto y por el otro cómo afecta en el interior de la organización sus debilidades en relación con las oportunidades y las amenazas.⁸³ (Fig. 82)

		ENTORNO	
		OPORTUNIDADES	AMENAZAS
ORGANIZACIÓN	FORTALEZAS	_____	_____
	DEBILIDADES	_____	_____

Figura 82: Cuadro de análisis FODA para un espectáculo.

LA COMPETENCIA

En caso de contar con competencia directa durante la realización del proyecto es preciso tomar en cuenta las estrategias de esa producción, la fecha, el tipo de espectador y qué cobertura

⁸³ Roselló, 2011, p.73.

territorial abarca el proyecto, además del sistema de comunicación. Es interesante realizar un análisis FODA para superar el proyecto en competencia y así identificar las características necesarias para diferenciarse de él. Evitar la competencia directa genera mejores resultados en ambos proyectos.

EL ANÁLISIS DE PEST

El análisis de PEST es una herramienta que funciona para facilitar la investigación detallada y específica del entorno del evento. Por sus siglas, este sistema analiza los factores *políticos, económicos, sociales y tecnológicos*; mismos que ayudarán a la toma de decisiones y es posible adaptarlos en cada caso según corresponda. En la figura 83 se mencionan algunas de las variantes del análisis que se deben tomar en cuenta:

POLÍTICAS	ECONÓMICAS
Políticas públicas y culturales, industria.	Nivel socio económico de la región, tasas de desempleo.
SOCIALES	TECNOLÓGICAS
Religión, grupos étnicos, referentes históricos, necesidades urbanísticas.	Herramientas de comunicación, redes sociales

Figura 83: Variables del análisis PEST para un espectáculo.

El análisis PEST, tiene objetivos distintos al FODA, ya que tienen objetivos distintos de investigación y ambos sirven para la toma de decisiones en el proceso de planificación del espectáculo. Asimismo el PEST, facilitará la descripción más detallada del contexto del espectáculo.

Figura 84: Videomapping, pirámide de Kukulcán, *Noches Kukulcán*, s.f.



2.2.5. Presentación del proyecto

Para presentar el proyecto, se debe tener conocimiento del contexto, además del origen y la motivación, que es la base ideológica sobre la cual se guía a lo largo del proceso. La presentación es la primera impresión que tiene el proyecto con cada uno de los miembros del equipo de trabajo por lo que la claridad de las ideas y la explicación del proyecto, son imprescindibles.

Ésta deberá contener la información básica, toda presentación de proyecto cuenta con la visión, misión, metas, objetivos y medios del proyecto. De esta manera el equipo de trabajo tiene mayor claridad sobre las bases y los planes a largo plazo.

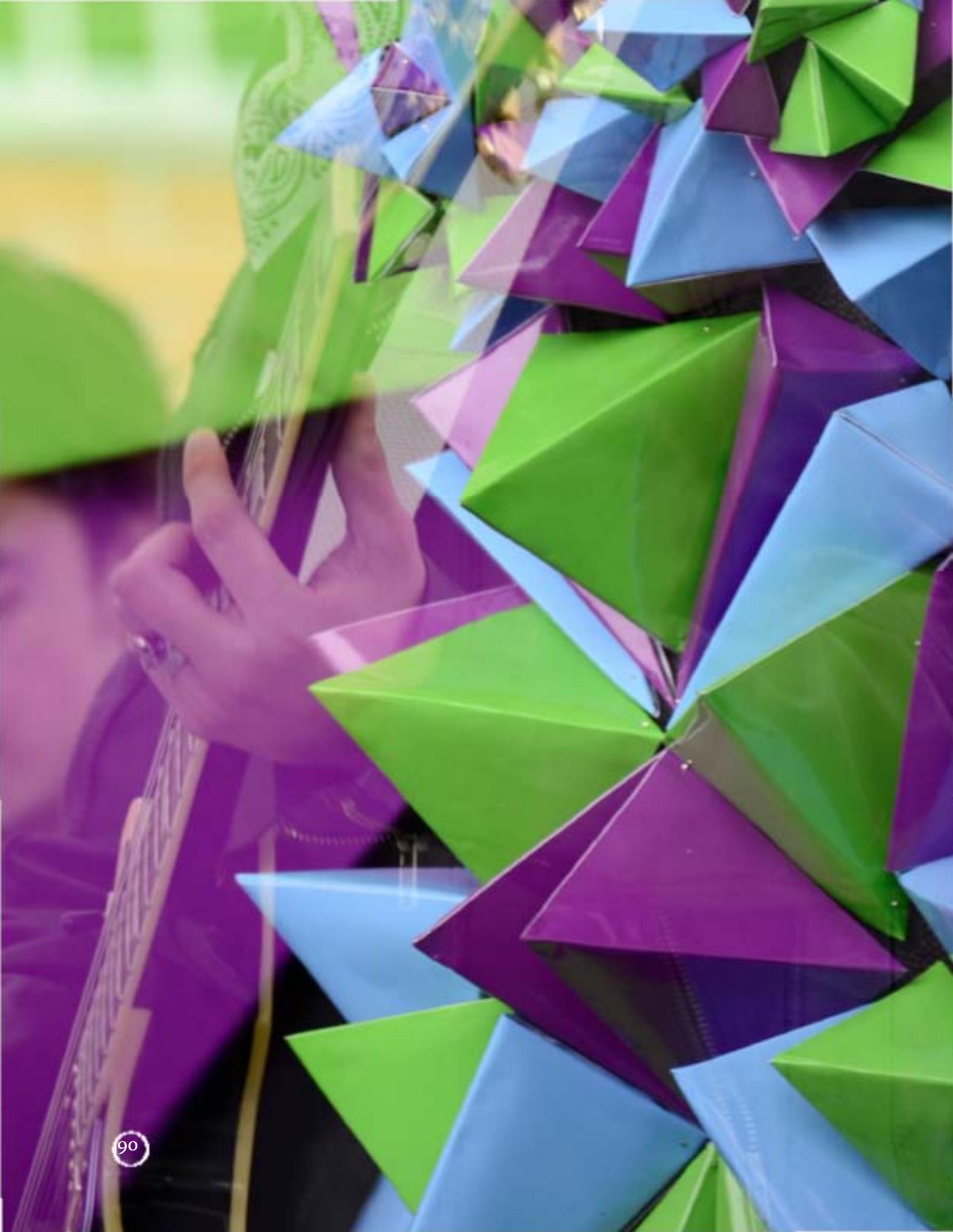
La visión debe reflejar cómo espera el director que comunique el proyecto, por ello es tan importante desde el inicio que el productor creativo esté informado de todas las generalidades que lo conforman. Asimismo contiene los valores tanto del proyecto como de la compañía que lo produce. La misión refleja los motivos por los que se elige el proyecto, su contenido va en relación con la visión.

Las metas y los objetivos coexisten entre sí, puesto que si las metas estarán enfocadas en la finalidad de manera cualitativa y cuantitativa, los objetivos son la vía para lograrlas. Finalmente los medios son las estrategias que el director seguirá para la realización de la producción.

La presentación del proyecto así como todos los procesos de vida del espectáculo estarán documentados por medio de una **carpeta de trabajo** que está a cargo de la producción y la dirección. Esta carpeta contiene todo lo relacionado con el proyecto desde su origen hasta el término con los documentos que se mencionarán en más adelante, así como de los que surjan a lo largo del proyecto.

Figura 85: Junta de producción para la obra *Mussi y la Máquina del Tiempo*.





2.3 La Preproducción

La preproducción es la etapa que planea y ejecuta el proyecto, haciendo conscientes los tiempos de planificación y construcción en relación con el estreno, por medio de una metodología. Adicionalmente, se debe definir el proyecto por completo, la producción buscará el financiamiento a través de diversas medidas explicadas más adelante. En esta etapa se realiza el diseño y la construcción de los procesos de producción, específicamente de la producción creativa que es de primera importancia tanto de los espectáculos, como en el enfoque de esta investigación. Finalmente culminará con los ensayos y las pruebas para la presentación.

Durante el proceso de investigación se destaca el hecho de que la producción de un proyecto escénico no cambia en relación al tamaño o a los recursos económicos con que cuenta, sino que se adecúa a las necesidades de cada espectáculo. Los proyectos culturales necesariamente son creativos porque están elaborados por personas y pueden no necesariamente seguir al pie de la letra una esquematización cerrada, una metodología se puede modificar a lo largo del crecimiento del proyecto pero ayuda a entender la estructura general para el equipo de producción.⁸⁴

De acuerdo a lo expuesto en la presentación del proyecto, todas las actividades por realizarse giraran en torno a los objetivos y los valores, apegándose a los recursos facilitados para poder llegar a las metas propuestas. A partir del comienzo de las actividades (que son el comienzo de la materialización del proyecto) se lleva a cabo el proceso de logística en donde se señalan todos los pormenores para su realización, cómo es, en dónde se realiza, en qué tiempo, quiénes participan, con qué presupuesto cuentan, cuánto presupuesto está destinado, qué material hace falta, entre otros.

Un proyecto con un plan de trabajo organizado, le da seriedad y profesionalismo, ya que a partir de este plan se logran optimizar los recursos tanto humanos, como materiales y económicos para las necesidades particulares que cada área solicite. Además conviene llevar un registro con las acciones concretadas y señalar las prioridades de cada etapa en una minuta.

⁸⁴ De León, 2013, p.26.

2.3.1 Organización del equipo de trabajo, ¿con quiénes?

Los espectáculos escénicos son un segmento perteneciente a la cultura por lo que difícilmente se puede sustituir al recurso humano con sistemas computarizados, si bien existen herramientas que son de apoyo para la organización, son las personas quienes se encargan de dirigir y ejecutar las partes del proyecto. Por ello es menester realizar una búsqueda profunda de quienes conformarán al equipo de trabajo, de esta manera se irán asignando a las áreas en las que tienen mejores aptitudes y por otro lado nuevas oportunidades para el desarrollo profesional.

Si hablamos de la necesidad de profesionalizar la calidad de los espectáculos escénicos, conviene considerar que ... se requiere contar con estructuras de organización que faciliten y garanticen una buena comunicación y un buen desempeño de las funciones, las tareas, actividades, responsabilidades y procedimientos individuales, confiando en la capacidad de los integrantes y al mismo tiempo asumiendo errores y reconociendo los logros.⁸⁵

Quienes dirigen al equipo de trabajo se conforman por directores y productores, los cuales son los encargados de la coordinación financiera y del resto de los equipos de trabajo. Existen algunas modificaciones en los organigramas y nombres que se les dan a los equipos de trabajo, los nombres que se asignan en algunos casos van a cambiar según el país y la época. En México hoy en día se han ampliado y han cambiado a diferencia de una década atrás, debido a su creciente evolución; además las áreas se han especializado paulatinamente así como las carreras que se introdujeron en distintas universidades, en beneficio de mejorar la calidad de los espectáculos. A continuación se nombrarán algunas de las figuras que encabezan el organigrama.

El **director artístico** generalmente es quien tiene la idea de la producción o quien asienta artísticamente la idea de alguien más, con el fin de hacer de una idea una experiencia artística. Se encarga de la dirección del equipo artístico, técnico y la producción creativa del espectáculo. La palabra del *director* hoy en día ya no significa la única en la toma de decisiones, puesto que una producción se concreta a partir de la participación de todos los equipos de trabajo y las decisiones de igual manera son multidisciplinarias, sin restar asimismo la autoridad del director.

El **productor general** es el responsable del financiamiento, su misión se guía entorno a hacer del arte un negocio y vela por conseguir los recursos necesarios para el proyecto, así como el de obtener las ganancias esperadas para que la producción sea redituable.

⁸⁵ *Ibid*, pp. 99,100.

«Su objetivo principal es el lucro. Tendrá sus ganancias después de haber pagado a los inversionistas [...] En cuanto exista la recuperación del capital que se invirtió, el productor tendrá que dividir sus ganancias entre los inversionistas y él.»⁸⁶

Dentro de los personajes con mayor relevancia dentro del aspecto creativo y de la ejecución del espectáculo, está a cargo del productor ejecutivo, quien se encarga de materializar todas ideas del proceso y es quien vincula a las demás áreas de producción. El productor ejecutivo debe ser seleccionado desde el inicio del proyecto junto con el director artístico y el productor creativo, para la organización, en términos de logística, financiera y técnica del proyecto, que coordinen las áreas restantes y al equipo de trabajo. Además el productor ejecutivo se encarga de solucionar los problemas internos del equipo de trabajo, cubrir las necesidades del director y del equipo artístico y creativo, así como del equipo de construcción y realización. De igual manera organizar los tiempos, presupuestos, calidad, acciones y resultados del equipo artístico. El productor ejecutivo debe ser una persona con capacidad creativa para ajustar su metodología a las áreas involucrados en el proyecto.⁸⁷

El trabajo del productor ejecutivo es complejo, y requiere de cualidades especiales entre las que destacan las administrativas; el talento para una organización clara y eficiente; una inmensa capacidad para el trabajo; conocimiento sobre las formas en que se produce y se realiza cada una de las artes escénicas, además de comprender la naturaleza de cada una y sus requerimientos especiales, necesidades de ensayos, de montaje, tiempos de planeación, realización y ejecución; por lo que también se convierte en una especie de calendario ambulante de fechas y horarios, planes y acciones.⁸⁸

El **gerente de producción** es una pieza destacada dentro de la organización, que se encarga de administrar el capital y funge como tesorero de la producción, es quien realiza las contrataciones de talento artístico. Además de encargarse de la promoción publicitaria, difusión, medios de comunicación y RRPP.



Figura 87: Concierto Videográfico
Conexión, 2016, CNA. Junta operativa con el equipo de producción.

⁸⁶ *Ibid*, p.100.

⁸⁷ *Ibid*, p.101,102.

⁸⁸ *Ídem*.

En esta investigación se propone la figura del **productor creativo** quien resulta ser una figura que va de la mano del productor ejecutivo y del director artístico, se encarga del diseño y la dirección de arte del espectáculo. Comisionado para la coordinación del equipo creativo y de construcción quien será un diseñador visual y artístico del proyecto en conjunto con el director. El productor creativo a través de sus conocimientos en materia visual y de diseño, debe de ser el profesional que aterrice la idea del proyecto. Asimismo es tarea de esta área apoyar al productor ejecutivo proporcionándole la descripción detallada de los materiales, las propuestas (medidas, peso, marca, estilo, color, texturas) y todos los pormenores para materializar el concepto de proyecto, así como tener una línea de comunicación entre las dos directrices.

El **coordinador de producción**, va de la mano del productor ejecutivo para gestionar la planeación de los procesos de producción. Él es quien mayor contacto tiene con los equipos de trabajo para los procesos de producción, supervisa que se cumplan en tiempo y forma.

Marisa de León expone un cuadro con los equipos de trabajo que conviene retomar, se hicieron modificaciones presentadas en este documento con el fin de exponer equipos de trabajo que involucran al equipo creativo, equipo artístico, equipo de realización y construcción, equipo técnico, equipo de comunicación, equipo de apoyo y equipo eventual.⁸⁹

Equipo Creativo	Directores, dramaturgos, escritores, guionistas, diseñadores de escenografía, decorados y utilería, iluminación, vestuario y maquillaje; música, diseño, artistas plásticos.
Equipo Artístico	Actores, actrices, bailarines, coreógrafos, concertistas, músicos, intérpretes y ejecutantes.
Equipo de Realización y Construcción	Edición musical, carpintería, herrería, costura, pintura escénica accesorios, efectos especiales, utilería.
Equipo Técnico	Electricistas, sonido, tramoya, iluminación, <i>rigger</i> , traspunte y maquinistas. El personal que labora en el teatro.
Equipo de Comunicación	Medios de comunicación, RRPP, difusión y promoción, diseño e imagen.
Equipo de Apoyo	Asistentes, ayudantes, aprendices y voluntarios.
Equipo Eventual	Investigación, traducción, diseño gráfico, fotografía, video, entrenamiento vocal y corporal, efectos especiales, animales amaestrados, entre otros.

⁸⁹ *Ibid*, p.98.

Esta división corresponde a las tareas que cada miembro del equipo se compromete, sin importar el tamaño de la producción; probablemente los integrantes del equipo de producción terminen perteneciendo a más de un equipo de trabajo de acuerdo a las aptitudes con las que cuentan. Lo importante en el equipo de producción es su capacidad de interrelación entre los diversos equipos de trabajo, respetando las decisiones de quien coordina cada una.

Identificar las cualidades y las aptitudes de los miembros del equipo sin duda mejora el flujo de trabajo; además de sus aptitudes laborales, es preciso identificar las capacidades en liderazgo y logística de cada integrante para obtener su apoyo durante las distintas etapas del proyecto. Una vez seleccionadas las personas que integran el proyecto debe presentarse el *organigrama* a todo el equipo en donde se conozcan las áreas y la participación de cada persona, a partir de este momento el equipo se compromete con resolver las labores correspondientes, designadas según su área.

ORGANIGRAMA

El organigrama es una herramienta que sirve para definir gráficamente los niveles de jerarquía y comunicación entre áreas. La elaboración del organigrama en algunos casos se realiza posterior a la integración del equipo de trabajo, es conveniente hacerlo con el nombre de cada integrante para conocer de manera específica de quiénes son los encargados de cada actividad. En otros casos, se ilustra el organigrama de manera general y únicamente aparecen los nombres de los equipos de trabajo y sus actividades.

El siguiente organigrama se inspira del texto de Marisa de León e incluye la figura del productor creativo.⁹⁰ (Anexo 1)

2.3.2 Planificación, ¿cuándo y en cuánto tiempo?

Al inicio de la preproducción es cuando se desarrolla la planificación del proyecto en las áreas de construcción, visual, administrativo, organizativo, técnico, entre otras. Tomando en cuenta el gran número de áreas que están a cargo del equipo de producción, que dependen entre ellas para su realización.

La creación de un sistema planificador de las actividades se realiza en beneficio del proyecto con toda la intención de cumplirse. Existen diversos métodos para facilitar esta planificación, tales como cronogramas, rutas críticas o calendarios que facilitan de manera gráfica los avances de las actividades y el tiempo en relación antes del *dead line*. Éstos métodos son herramientas y cada líder de proyecto y de cada área puede utilizar el que considere conveniente de acuerdo a su plan de trabajo.

⁹⁰ *Ibid*, p250.

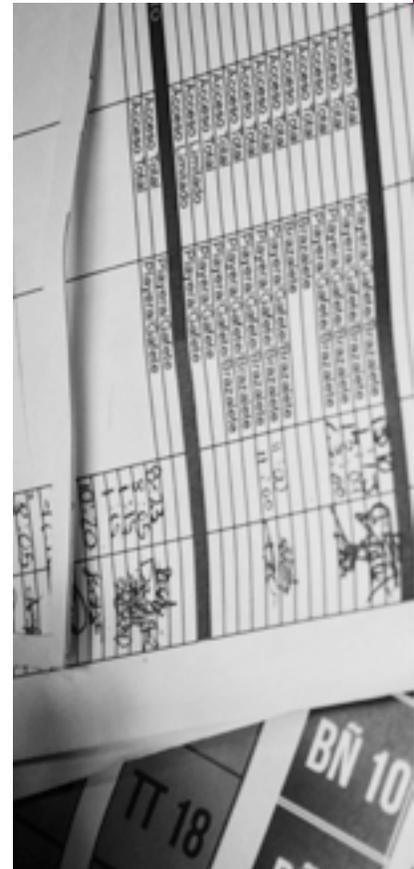


Figura 88: Documentos de operación del Concierto Videográfico, *Reinvención*, 2014.

DIAGRAMA DE PERT

El **diagrama de PERT**, por sus siglas en inglés, significan: Evaluación de proyectos y revisión técnica. Este diagrama es útil para planificar el desarrollo de las actividades por prioridad y tiempo de realización. Según Miguel Ángel Pérez Martín, citado por Marisa de León, su propuesta para realizar un diagrama de Pert con éxito se deben seguir los siguientes pasos y el gráfico que se muestra a continuación para su comprensión⁹¹ Ver figura 89.

- Hacer una lista con las actividades a realizarse para obtener un resultado.
- Ordenarlas por lógica secuencial.
- Definir cuáles de ellas se pueden realizar de manera simultánea.
- Marcar el tiempo del proyecto en su totalidad.



Figura 89: Diagrama de Pert, obtenido de: Marisa de León.

CRONOGRAMA Y CALENDARIO

El **cronograma** es un sistema de planeación que puede ajustarse por día, semana o por mes según las necesidades. David Rosselló expone una propuesta de cronograma que vale la pena retomar, debido a que éste método muestra la relación de las tareas a realizar con el tiempo que se dispone para ello, es un gráfico que se comprende fácilmente, además es posible realizar ajustes si se presentan en caso de haber cambios durante la planeación.

En este formato se observa la fecha límite para la realización del proyecto. La visualización del tiempo en el cronograma permite ver los desajustes que existen en nuestra planeación y así corregirlos a tiempo. Además, ayuda a tener un seguimiento y control del proyecto más acotado a las necesidades y las actividades que se

⁹¹ *Ibid*, p.106.

desarrollan diariamente. Se detectan las actividades que están mayormente retrasadas a diferencia de otras y cuales cumplen con los plazos previamente establecidos.⁹² **(Anexo 2)**

Por su parte el **calendario** es un desglose de la ruta crítica semanal o mensual en el que se marcan las actividades específicas del día a día. En cualquiera de los recursos de planificación se recomienda establecer uno general y otro por áreas.

RUTA CRÍTICA

La **ruta crítica** de producción es un documento para planificar las actividades del equipo de trabajo en el que se lleva un conteo de las semanas que faltan para el estreno del espectáculo y las actividades de cada área pendientes por realizarse de manera semanal. **(Anexo 3)**

AGENDA DE ACTIVIDADES

La **agenda de actividades** es el registro del día a día de las actividades que se realizan de cada uno de los equipos de producción. Éstas las llevará con puntualidad el coordinador de producción.

2.3.3 Financiamiento, ¿con qué?

2.3.3.1 El Presupuesto

El presupuesto es una proyección financiera preparada desde inicio de la producción en la que se detallan los ingresos y egresos para la realización del proyecto. Dentro de él se consideran todos los rubros económicos que construyen el proyecto. Se recomienda hacer un presupuesto por etapa de producción en la que estén mencionadas todas las áreas del proyecto. De igual manera está a cargo del productor ejecutivo quien proyecta desde inicio el presupuesto para llegar a un acuerdo entre los equipos y así buscar los recursos necesarios.

Esta investigación se enfocará en los presupuestos de la producción creativa y la imagen y comunicación del proyecto. A partir de la definición del presupuesto se llevará un seguimiento de los gastos e ingresos a lo largo del proyecto.

El presupuesto de la producción creativa debe incluir asuntos como el vestuario, papelería, utilería, atrezzo, transporte, escenografía, embalajes, elementos técnicos, herramientas, elementos de *staff*, mantenimiento de escenografía entre otros. Por otro lado, el productor creativo junto con el ejecutivo realizan en conjunto el presupuesto de acuerdo a las necesidades del proyecto, ajustándose a los recursos. El **productor creativo** debe ser

⁹² Roselló, *op.cit.*, p.165.

consciente del presupuesto con el que cuenta para **aprovecharlo adecuadamente**; con la experiencia, por su parte el **productor ejecutivo** se dará cuenta que las **prioridades a las asignaciones a los recursos** van en relación con los gastos de **escenografía**.

En el caso de la **imagen y comunicación**, algunos de los gastos que deben mencionarse son las pautas en redes sociales, **difusión** por radio o televisión, diseñadores, material publicitario, volantes, lonas, entre otros. De igual manera el líder del departamento es responsable de administrar los recursos que le sean asignados al área.

Una vez destinados los recursos éstos son monitoreados y administrados por medio del gerente de producción, quien funge como tesorero, detectará con anticipación la existencia de algún desbalance en caso de presentarse y resolver con tiempo suficiente.

2.3.3.2 El Financiamiento, ¿con qué?

El proceso de recaudación de los recursos es un proceso que debe analizarse cuidadosamente. Existen cuatro vías principales para la procedencia de los recursos del proyecto. Fondos de inversionistas, los recursos del productor general, los fondos externos, por medio de donaciones, prestaciones, o patrocinadores y los ingresos del mismo proyecto (taquillaje, venta de boletos, venta de productos, *merchandising*, sorteos, y dinámicas que proponga la producción).

PATROCINIO

El patrocinio se refiere a los intercambios entre empresas privadas o públicas y productores de los espectáculos en los que se intercambian recursos monetarios o en especie, a cambio de publicidad ya sea impresa o digital o por medios de comunicación principalmente así como imagen de los patrocinadores mencionados durante el espectáculo, otro intercambio que puede realizarse es a través de contrataciones de funciones especiales.

El patrocinio es un área que interviene en esta investigación ya que se relaciona directamente con la imagen de las marcas que apoyan al proyecto; es necesario tener acceso a los logotipos y a la información de cada marca. Los acuerdos son distintos en cada caso, la presencia de marca en la publicidad puede negociarse por medio de paquetes diferenciados por categorías de acuerdo a las necesidades de cada patrocinador. En cada caso según el paquete que se realice de acuerdo al patrocinador; el acuerdo debe ser claro entre ambas partes mencionando todos los accesos y beneficios que tiene el patrocinador, así como los recursos que obtiene la producción y finalmente llevar un registro de ello. Al final del evento se reconoce a cada patrocinador mediante un certificado de reconocimiento firmado por la dirección de la producción.

2.3.4 Coordinación de producción, ¿cómo?

Si bien es cierto, los métodos para la organización de una producción pueden modificarse de acuerdo al tipo de documentos que cada productor elija, lo cierto es que estos recursos aseguran en mayor medida el éxito de la producción, dan orden y sirven de guía para cada área y etapa del proceso. A continuación se mencionan algunos de los documentos que sirven de apoyo en la etapa de producción. Es necesario que todas las áreas conozcan estos documentos y los comprendan durante la operación del proyecto.

- **Minuta**

Este documento no requiere de un formato específico, es útil para generar un registro de las cosas pendientes que falten por concretar en cada área, comúnmente se le conoce como un listad de pendientes por realizar en cada área. El seguimiento de este documento está a cargo de la coordinación de producción con el fin de monitorear todas las áreas.

- **Sábana de información**

La función de la sábana de información es llevar un registro sintetizado de las acciones que suceden durante la representación, sobre el escenario en relación con todas las actividades que la producción tiene que llevar a cabo en el mismo momento. Este documento sirve principalmente para el equipo de *staff* de la producción creativa y para todo el equipo técnico. **(Anexo 4)**

- **Logística**

Es un documento que sirve para dar indicaciones sobre las actividades por realizar al comienzo del proceso de producción, se ocupa al comienzo del montaje hasta el término del evento, pasando por el desaforo y el desmontaje, estas indicaciones en el proceso de logística terminan cuando se concluyen las actividades de todos los miembros del equipo de producción.

En el documento se indica el tipo de actividad que corresponde realizar, así como rango de tiempo que se tiene destinado, y a qué hora se deben de realizar éstas actividades; se igual manera indica a la persona responsable por llevarlas a cabo, en qué lugar se realizan las actividades; lo más interesante de este documento es la lista de todos los requerimientos necesarios para que se lleven a cabo estas actividades; esto con el fin de que cada elemento esté preparado para realizar su función.

Lo utilizan principalmente los miembros de *staff*, técnicos, vestuaristas y de producción con el objetivo llevar a cabo sus actividades en tiempo y con los recursos correspondientes, y cada responsable de área llevará el seguimiento del mismo.

- **Minuto a minuto**

El minuto a minuto o *m&m (minute by minute)* derivará de la logística mencionada anteriormente. Su principal objetivo es el de informar, no para quienes lo realizan, sino para quienes lo supervisan, en este documento no importan los requerimientos necesarios para concretar su labor, sino que se cumplan las actividades correspondientes en la etapa de operación del espectáculo.

- **Programa del evento**

El programa del evento, deriva por su parte del minuto a minuto, en el que únicamente se destacan las actividades en el periodo de tiempo en que se lleve a cabo el espectáculo, es decir el tiempo en que el espectador disfrute del evento. Este programa es útil tanto para el talento como para la operación durante esta etapa.

Éstos documentos en conjunto con los documentos de planificación son útiles para la etapa de producción y operación del proyecto, probablemente existan más documentos que sean de ayuda pero lo importante no es llenarse de formatos, sino tener los suficientes que ayuden a dar claridad sobre las actividades y que cada miembro del equipo conozca sus funciones.

2.3.5 Carpeta de proyecto

Dentro de la organización de producción, el productor ejecutivo lleva un control en el que guarda todos los documentos de las áreas de producción, así como contratos, acuerdos con patrocinadores, registros, entre otros documentos que son útiles en cada una de sus etapas.

La carpeta de proyecto se divide en tres etapas, la primera durante la presentación del proyecto, las presentaciones que se hicieron tanto al equipo de producción, como a inversionistas o patrocinadores del proyecto. La segunda etapa es de consulta y es en donde se recaban los documentos, durante el proceso de preproducción, finalmente la tercera etapa se desarrolla cuando el proyecto finaliza a manera de registro, esto servirá de apoyo para futuros proyectos; además formará parte del currículum para la compañía productora. El contenido de la carpeta de proyecto inicia su gestión con el contenido conceptual y contextual del proyecto, se presenta la imagen, el origen, los antecedentes, la justificación, las metas y objetivos planteados al inicio los cuales son la base ideológica y conceptual que respalda al proyecto.

Finalmente la carpeta se completa con todos los documentos que integraron el proceso de producción, así como el programa del evento y las evaluaciones y cierres que dan reseña de los resultados del proyecto, con el fin de tener un registro completo de la realización del espectáculo.

Algunos de los documentos mas importantes que debe llevar la **carpeta de proyecto** se mencionan en el siguiente *check list*:

- Directorio interno (equipo de producción)
- Directorio externo (proveedores, patrocinadores, entre otros)
- Presupuestos del proyecto por área
- Ingreso de recursos
- Plan de patrocinio
- Documentos legales
- Logística y planificación
- Formatos operativos
- Bocetos y documentos del proceso creativo*
- Planos y fotografías de maquetas*
- Lista de elementos escenográficos*
- Lista de utilería*
- Planta arquitectónica a escala del recinto con medidas*
- Fotografías del recinto, medidas y planos*
- Ficha técnica general⁹³*
- Ficha de foro⁹⁴*
- *Rider* de audio e iluminación*
- Relación de los elementos de audio e iluminación*
- Relación de los elementos para efectos especiales*
- Bocetos de iluminación*
- Registro de video proyecciones*
- Registro del proceso de diseño*
- Imagen del proyecto*
- Logotipo y publicidad*
- Difusión por medios impresos*
- Difusión por redes sociales*
- Registros
- Contratos
- Acuerdos por correo electrónico
- Itinerario de giras
- Programa del evento*



Figura 90: Carpeta de producción, Concierto Videográfico, *Reinvención*, 2014.

*Elementos que corresponden a la producción creativa y a la comunicación e imagen del proyecto.

93 La ficha técnica. Es un documento en donde se concentra toda la información con las necesidades de cada área.

94 Ficha de foro: Se refiere al documento que contiene toda la información relativa al recinto en donde se presentará el espectáculo, equipo técnico, humano, servicios, etc.



2.4 La Producción Creativa (Diseño de Proyecto)

El productor creativo debe tener estrecha comunicación con el director artístico y el productor ejecutivo para la concretar las demandas del proyecto. Es tarea del productor creativo diseñar la atmósfera del espectáculo de acuerdo a las necesidades del director y al concepto del espectáculo. «De poco sirve invertir en una producción escénica, [...] sin profesionales capacitados capaces de llevarlas delante de forma sostenible.»⁹⁵

Xóchitl González hace referencia a tres aspectos con los que debe enfrentarse el escenógrafo. En este caso conviene mencionar a toda la producción creativa que se enfrenta en primera instancia a lo subjetivo, que evoca al talento que está en el escenario; a lo intelectual, en referencia a los elementos adquiridos sobre la cultura visual los cuales deben ser una necesidad, y por último a la pragmática que se refiere a todo lo imprevisible del espectáculo que puede resolverse con facilidad.⁹⁶

2.4.1 Escenografía

La escenografía de un espectáculo escénico es aquella responsable de transmitir mensajes y sentimientos y a través de ella transportar al espectador a otros sitios, capaz de crear ilusiones, la escenografía es provocativa; programa al espectador en realidades estéticas distintas, espaciales y poéticas. El desafío de la escenografía es la representación ficticia de un espacio, el cual a pesar de su naturaleza en el espacio necesariamente tiene que conseguir su propia autonomía. El diseño escenográfico es dador del significado a un universo estético, por ello se convierte en un delimitador visual del espacio y ésta solo tiene razón en sus existencia cuando es habitada según el caso, por actores, músicos, bailarines, objetos y luces.

«La relación entre la escenografía y los otros elementos que configuran el espectáculo teatral es indivisible.»⁹⁷ El escenógrafo en conjunto con sus conocimientos y habilidades debe lograr expresar con imágenes que conformen un espacio y el universo que sugiere el discurso escénico. Así pues, el escenógrafo busca transformar en el lenguaje estético la experiencia conceptual del guión asimilando

⁹⁵ De León, *op. cit.*, p.15.

⁹⁶ González, 2014, p.25.

⁹⁷ *Ibid*, p.23.

« Así como la escenografía derivó de la pintura y de la arquitectura, y en siglo pasado del cine y la instalación, para nadie debiera ser extraño que lo siga haciendo de los actuales formatos y medios electrónicos y virtuales.»⁹⁸

la idea del director que es reflejada por medio de imágenes en movimiento.

«El escenógrafo no es un artista autónomo, es un artista de la colaboración [...] Él debe pensar en todo momento en los actores, debe tener el conocimiento y respeto por el trabajo de los actores, del director y del dramaturgo.[...] Necesita la visión y la imaginación de un artista plástico, la ingenuidad y las aptitudes propias de un técnico. [...] Debe poseer los conocimientos técnicos del dibujo, de construcción y de uso de los materiales. [...] Debe trabajar dentro de las limitaciones del espacio físico de un escenario, debe conocer sus materiales, técnicas y posibilidades y finalmente debe satisfacer los requerimientos visuales del texto y del director. [...] Para enfrentar estas demandas, el diseñador escénico y sus colaboradores tienen que ser imaginativos, cooperativos y tremendamente flexibles. El escenógrafo debe conocer y comprender el espacio físico que va a contener la puesta. Dependiendo del tipo de espacio y de la relación que tenga el escenario con el público, el escenógrafo empezará su propia búsqueda ... para esto tendrá que generar información sobre el autor, sobre la época y sobre el estilo original de la propuesta.»⁹⁹

La escenografía ha evolucionado en el desarrollo de sus técnicas de representación y los responsables de llevarla a cabo, poco a poco han ido desplazando las técnicas pasadas, desde los antiguos pintores quienes dedicarían horas a crear escenarios de las grandes ciudades europeas.

Hoy en día la escenografía se considera como el fruto de la interdisciplinariedad y coexiste a cargo de múltiples expertos en la imagen, creadores digitales y profesionales en espacios como diseñadores, arquitectos, artistas visuales, especialistas en desarrollar espacios a partir de conceptos abstractos o realistas. La evolución actual de la escenografía como oportunidad de desarrollo a partir de las distintas vías de representación como los medios digitales por medio del *videomapping*, *generative visual*, *videoambientes*, entre otros, hacen de ella uno de los recursos artísticos más avanzados en el desarrollo de los espectáculos.

2.4.1.1 Introducción al diseño del proyecto

El escenógrafo es el profesional que se ocupa de la definición del espacio escénico en un espectáculo de artes escénicas. La moderna utilización del término escenógrafo, en lugar de decorador, bocetista o maquetista, está vinculada a la evolución espacial del espectáculo y a la dinámica creada en torno a la Cuatrienal de Escenografía en Praga en 1967.¹⁰⁰

PRIMERAS IDEAS

El productor creativo necesariamente trabaja desde el inicio con el director en la primera exploración del origen del proyecto,

⁹⁸ Romero, R., Zapata, S., Bazares, R., 2013, p.67.

⁹⁹ Raya, 1998, p.4,5. (Citado en González, 2014)

¹⁰⁰ Ruesga, J., 2010, p.44,45. (Citado en Martínez, 2014)

de esta manera se generan las primeras impresiones y es cuando surgen las ideas. Al hacer el análisis del tipo de espectáculo que está por enfrentarse el diseñador, es necesario que se plantee la mayor cantidad de preguntas (literarias, históricas, de contexto, visuales, entre otras) para enfocarse de manera particular en las necesidades del proyecto. Entre mayor conocimiento exista sobre el concepto del proyecto, es más probable materializarlo. La claridad sobre los temas aporta datos concisos en relación con el diseño y la imagen o el espacio. «Mientras que el análisis y la investigación nos abrirán caminos posibles para el desarrollo de la propuesta, el trabajo conjunto nos permitirá desarrollar los ejes primordiales para poder construir un discurso.»¹⁰¹

A partir de este momento, el diseñador ya debe tener conocimiento sobre el tipo de evento y del contexto en que se presenta, adicionalmente es necesario explorar la lectura del guión del proyecto. Una vez que esta información es consciente por el diseñador, debe contar con un espacio de asimilación para comenzar a proyectar sus primeras impresiones y ser consciente de la cantidad de elementos que van en el escenario para la realización de la logística.

Se recomienda en el caso de espectáculos que involucran actores en sus presentaciones, que se lleven a cabo bajo la realización de un *story board* que ayude con la claridad a los elementos en el escenario durante las distintas etapas de la presentación. En el caso del teatro, es fundamental que el escenógrafo sea capaz de comprender el texto dramático y asimismo sea coordinado en conjunto con el director. «Si después de un estudio escrupuloso hacia el interior del texto podemos englobar la obra en una frase, significa que hemos trabajado lo necesario para continuar con nuestro proceso creativo.»¹⁰²

«La escenografía es el arte de los espacios escénicos.»¹⁰³

EXPLORACIÓN

El diseñador debe generar un espacio de búsqueda de información externa acerca del tipo de evento que va a realizar, ya sea por medio de libros, audiovisuales, visitas a museos y exposiciones que ayuden a ampliar la información del contenido del espectáculo. Ésta exploración contextual es indispensable para la construcción de la idea.

¹⁰¹ González, *op. cit.*, p.33.

¹⁰² González, 2014, p.38.

¹⁰³ Nava, *op. cit.*, p.380.

DEFINICIÓN DEL PROYECTO

Una vez explorado el campo de investigación del proyecto, se debe definir su rumbo en compañía del director con el fin de aclarar las dudas y situar a las primeras ideas en una posición concreta. A modo de cumplir con el concepto por definir, pero sin perder la autonomía como escenógrafo en función de las emociones que se quieran plasmar en el escenario. A partir de la definición del proyecto, las ideas de todo el equipo creativo deben conjuntarse con el fin del enriquecer el proyecto y generar directrices para comenzar el diseño. El inicio del diseño debe realizarse con ayuda del productor ejecutivo a través de procesos que garanticen el resultado tanto del diseño como del espectáculo.

Es necesario para el equipo creativo generar una simbiosis entre las ideas del director y sus retos personales y profesionales, la armonía entre su concepto y la pragmática, resolución de problemas técnicos, adaptación al recinto y los ajustes para lograr el fin artístico del proyecto. El escenógrafo debe poder adaptarse a distintos panoramas y su identidad no varía en función de los recursos plásticos o las corrientes artísticas del proyecto.

A partir de esta etapa, el escenógrafo ya debe de tener aclaradas sus dudas y ser consciente de la intención que desea comunicar a través de su diseño, es entonces cuando puede definir la corriente artística que quiera retomar en el proyecto.

2.4.1.2 *Diseño de la Escenografía*

En esta etapa ya se tiene conocimiento del lugar en donde se llevará a cabo el proyecto, por ello el diseñador debe solicitar los planos del recinto y a partir de ello comenzará el proceso de bocetaje formal con las medidas reales. La idea de la escenografía a partir de la definición del proyecto debe cubrir todas las necesidades del director; tomando en cuenta que el escenógrafo es creador de universos independientes donde el talento coexiste a partir de cada elemento añadido a la producción. Con ello, cada persona que se involucre en la escena como parte del talento (desde músicos, actores, bailarines, artistas) debe ser tomada en cuenta por el diseñador ya que ello determinará el rumbo de la escenografía.

Antes de iniciar con el proceso de diseño, es menester tomar en cuenta algunas características del entorno. La escenografía se maneja en función de las actividades que el talento realiza sobre el escenario, además de tomar en cuenta características específicas del proyecto por cuestiones del guión, ya sea tomar en cuenta iluminación especial o estructuras de dimensiones específicas.

En caso de ocupar un recinto histórico, el diseño de la escenografía debe adecuarse a las cualidades del lugar y únicamente

ayudará a complementar el espacio con recursos técnicos provisionales, como audio, iluminación y video, tomando en cuenta el cuidado del recinto. Dice Xóchitl González, que el escenógrafo debe ser capaz de materializar un espacio conformado por atmósferas creadas a partir de la materia y la luz como parte de los principios de Craig.¹⁰⁴



Cada elemento que el diseñador decida poner ya sea en la escenografía o como parte de la utilería lleva un significado; el concepto en el contenido del proyecto, le da el valor a cada parte que se agrega al universo y las cualidades de los elementos para la comunicación visual. En caso de que más adelante existan ideas nuevas por desarrollar, deben realizarse a través de la experimentación por medio de ensayos, por lo que es necesario identificarlas a tiempo. En el caso de la utilería el diseñador deberá identificar cuál será su función si es el caso de que necesite enfatizar alguna acción, o deba ser manipulada por actores o cantantes y por último, si únicamente es parte de la ambientación del espacio.

[...] lo que estamos generando es una polifonía y ritmos, tiempos y silencios, para generar el montaje de una puesta, es en ese sentido que considero que somos co-directores, porque proponemos, en varios sentidos, los pulsos de la puesta en escena; no los pulsos necesariamente de los actores, aunque sí, a veces determinamos algunos pulsos también del actor. Somos absolutamente rítmicos, musicales; con color, fugas, movimiento de las cosas, apariciones y desapariciones; trabajamos con la simultaneidad de la puesta, que para vibrar pone atención especial en el matiz. Pensar como actor me parece atractivo, porque el actor trabaja con el matiz emocional, el diseñador también ... sobre todo cuando piensa sobre el carácter de las cosas.¹⁰⁵



REGISTRO Y COMUNICACIÓN DE LAS IDEAS

Durante esta fase del proceso, el diseñador ya tiene conocimiento del presupuesto asignado y a partir de ello se adecuará a los recursos con lo que materializarán las ideas. Antes de comenzar el proceso de bocetaje, debe presentarse la idea al resto del equipo creativo, quienes de manera conjunta acordarán el proyecto. El registro de ideas por medio de las técnicas de representación gráfica mencionadas anteriormente es esencial para indicar la línea de comunicación con el resto del equipo.



TÉCNICAS DE REPRESENTACIÓN GRÁFICA

El desarrollo de las diversas técnicas de representación que existen para lograr una escenografía de calidad al día de hoy es incalculable, existen múltiples técnicas sobre las cuales es posible desarrollar espacios visuales innovadores y espectaculares. Es obligatorio que el diseñador escenográfico tenga conocimiento de estas técnicas y se mantenga constantemente actualizado en la investigación de las nuevas corrientes visuales.

Figuras 92-94: Procesos de producción escénica para MAAO, *Oriente*, 2017

104 *Ibid*, p.64.

105 Alain Kerriou, 2014. (Citado en González, 2014)

Las técnicas de representación sirven para generar comunicación entre el diseñador y el resto del equipo creativo ya sea por medio de pinturas, dibujos, maquetas y bocetos. Entre ellas existen las siguientes:

- **El boceto físico y digital**

Esta técnica es un enlace entre el diseñador, el director, el equipo de producción y el equipo creativo. Además en el proceso de bocetaje inicial, surgen en el camino nuevas ideas que el diseñador plasma por medio de dibujos repentinos. En algunos casos es recomendable la realización de un *story board*. Una vez que esté más consolidada la idea del diseño, es conveniente la realización de planos 3D con mayor detalle y precisión en la etapa de toma de decisiones. Hoy en día existen un gran número de programas que facilitan la presentación de bocetos digitales por medio de *renders* en 3D como es el caso de Millumin, que es una herramienta que facilita el diseño de *renders* escenográficos espaciales y lumínicos como en el caso del *videomapping* e iluminación.

- **Planos**

Éstos reflejan la distribución del espacio en relación con los planos del recinto, se realizan de manera técnica y descriptiva para la comprensión durante el montaje de la escenografía.

Existen distintas vistas en los planos que son de utilidad tanto para quien construye, como para quien coloca la escenografía. Los planos más comunes son:

- » **Planta.** Es la vista superior del escenario, y facilita la comprensión desde un punto de vista panorámico.
- » **Alzado.** Refiere a una vista frontal, principalmente sirve para visualizar el ancho y el alto del escenario.
- » **Corte.** Esta vista estará seccionada a través de un corte transversal que ayudará a visualizar los elementos en partes y ayuda a tener una mejor noción del armado escenográfico.

En el caso de escenografías con mayor complejidad, el diseñador debe valerse de la geometría para el desarrollo de toda estructura volumétrica dentro del escenario y asimismo valerse de la conjunción de los elementos móviles (*talento*) y los elementos estáticos (objetos). Las perspectivas más comunes son:

- » **Isométrica.**

Probablemente sea la más utilizada, puesto que no deforma los elementos del dibujo ni su posición. Se dibuja en dos dimensiones y cada uno de sus ejes (x, y, z) tendrán de 120° .

- » **Puntos de Fuga.**

Es de gran ayuda esta proyección, ya que facilita la percepción de profundidad. Se realiza a través de rectas paralelas en la misma dirección y ambas confluyen en un punto.

- » **Caballera.**

Esta perspectiva consta de dos dimensiones, la profundidad



Figura 95: Bocetos de la maquina del tiempo para la escenografía de *Mussi y la Máquina del Tiempo*, 2014.



Figura 96: Maqueta para escenografía de *Torcarium*, 2016.



Figura 97: Maqueta para escenografía de *Torcarium*, 2016.



Figura 98: *Círculo de cal*, escenografía de Phillipe Amand, s.f. Ejemplo de perspectiva, balance y profundidad.

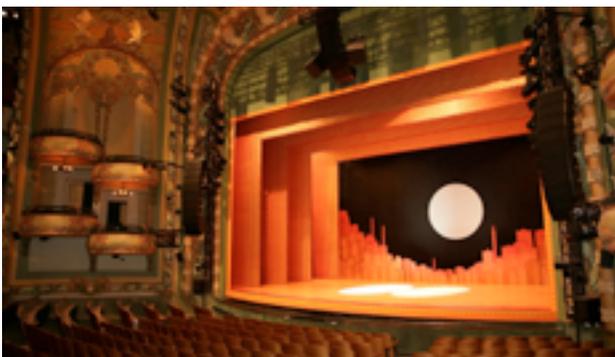


Figura 99: *Aladdin*, de Broadway, s.f. Isóptica del público en el teatro.



Figura 100: *Aladdin*, de Broadway, s.f. Proxémica de los actores y bailarines con los elementos escénicos.

sufre una ligera reducción. Dos de sus ejes (y, z) son de 135° y el tercero en (x) de 90° .

» **Planos constructivos.**

Sirven de apoyo para la construcción de la escenografía y deben ser específicos los detalles como el peso, la altura, la forma. Entre más detallados sean, resultan más efectivos en el proceso de construcción.

» **Maqueta.**

Forma parte de un puente visual, sobre todo en casos donde existen obstáculos para el diseñador. De esta manera la maqueta se convierte en un laboratorio a escala que permite prevenir estos obstáculos. La maqueta es de ayuda sobre todo cuando los elementos son complejos para su realización, además sirve para mejorar la comunicación entre el resto del equipo y el diseñador. La funcionalidad de la maqueta también se configura en relación con las distintas pruebas de color, acabados y luz en el caso de la iluminación para explorar sus posibilidades de alcance, es el mismo caso con respecto a las proyecciones audiovisuales.

HERRAMIENTAS PARA EL DISEÑO

El trabajo en la escenografía involucra el espacio, tiempo, la imagen y el movimiento por lo que el diseñador tiene que tomar en cuenta estos tres aspectos para el desarrollo de la idea.

Diseñar una escenografía va más allá de reproducir réplicas de escenarios preestablecidos. El diseño se desarrolla en función de crear experiencias a través de la percepción del espectador, por ello el diseñador necesita conocer el funcionamiento de la percepción visual del ser humano.

[...] el diseño tridimensional procura asimismo establecer una armonía y un orden visuales, o generar una excitación visual dotada de un propósito, excepto porque su material es el mundo tridimensional porque deben considerarse simultáneamente varias perspectivas desde ángulos distintos y porque muchas de las complejas relaciones espaciales no pueden ser físicamente visualizadas sobre el papel.¹⁰⁶

106 Wong, *op. cit.*, p.102.

Las siguientes herramientas se involucran en diversas disciplinas de carácter creativo y artístico:

A) TÉCNICAS PARA LA PERCEPCIÓN ESPACIAL

- **Perspectiva.**

Su objetivo principal es el de generar profundidad a través de la geometría. Existen el punto de fuga, perspectiva isométrica y la panorámica. (Fig. 98)

- **Isóptica.**

En este punto se trabaja el hecho de que en cada lugar de los espectadores, cuenten con una vista adecuada hacia el escenario o de lo contrario se modificarán los elementos para que la isóptica sea adecuada. (Fig. 99)

- **Proxémica.**

Determina el espacio que existe entre la escenografía y el talento sobre el escenario, así como la distancia entre ellos. (Fig. 100)

- **Composición.**

Se refiere al orden de los elementos que la producción acomoda estratégicamente por su contenido visual o por su carácter necesario para el espectáculo. Cada elemento posicionado influye en la sensibilidad, la percepción y la memoria sensorial de quien experimenta el evento. (Fig. 101)

B) ELEMENTOS PARA LA COMUNICACIÓN VISUAL

El diseñador tiene no sólo la capacidad sino también la tarea de elegir el uso de los elementos de percepción visual y la manipulación de ellos para lograr los efectos deseados al realizar la escenografía. Dondis los considera como la materia prima necesaria para toda la información visual.¹⁰⁷ El conocimiento de estos elementos da mayor libertad en la composición del diseño; y serán quienes atraiga la atención en los puntos focales deseados. Dondis por su parte recuerda al diseñador que los elementos visuales más simples, también pueden utilizarse con intenciones que requieran de mayor complejidad.¹⁰⁸

107 Dondis, 2017, p.38.

108 *Ibid*, p.39.



Figura 101: *The Phantom of the Ópera*, de Broadway, s.f. Ejemplo compositivo en escena.



Figura 102: *Ruido Interno*, escenografía de Cartonlab, s.f. Ejemplo de uso de diferentes escalas en la escenografía.



Figura 103: *Don Juan Tenorio*, escenografía de Blanca Portillo, 2015. Armonía y contraste.

- **Línea**

Expresa la intención deseada y ayuda a generar sensaciones para el espectador. La línea indica la dirección y el propósito, delimita los espacios y ayuda a generar estabilidad (en posición vertical u horizontal) o desequilibrio en el escenario (en posición diagonal).

- **Forma**

En referencia a la forma, Wong menciona en *Los Fundamentos del Diseño* que todo lo que pueda verse tiene una forma que aporta la identificación principal en nuestra percepción.¹⁰⁹ La forma es un elemento que se apoya en la línea para marcar una delimitación y crear modelos de una sola dimensión con la posibilidad de ver manchas, o formas a modo de siluetas o líneas y saber a qué objeto se refiere. (Fig. 105)

- **Escala**

Este recurso sirve para la disposición de tamaños entre las figuras y las formas a través de la generación de profundidad en el escenario. Una de las formas proporcionales más famosa es la sección áurea. Es necesario aprender a relacionar el tamaño de un objeto con el significado que se le quiere dar.¹¹⁰ Sin olvidar que el factor más decisivo de la escala se basa en las dimensiones del hombre. (Fig. 102)

- **Armonía**

Hace referencia al orden y al acomodo compositivo que se realiza de los elementos que conforman visualmente el escenario de manera estética y equilibrada. (Fig. 103 y 104)

- **Contraste.**

Este recurso sirve para hacer notar la diferencia entre los distintos planos y elementos del escenario. A través del tamaño, color, textura, dirección, posición y espacio de los elementos. (Fig. 103)



Figura 104: *Sour Angelica*, escenografía de Paco Azorin, s.f. Ejemplo de escenografía armónica.

109 Wong, *op. cit.*, p.11.

110 Dondis, 2017, p.57.

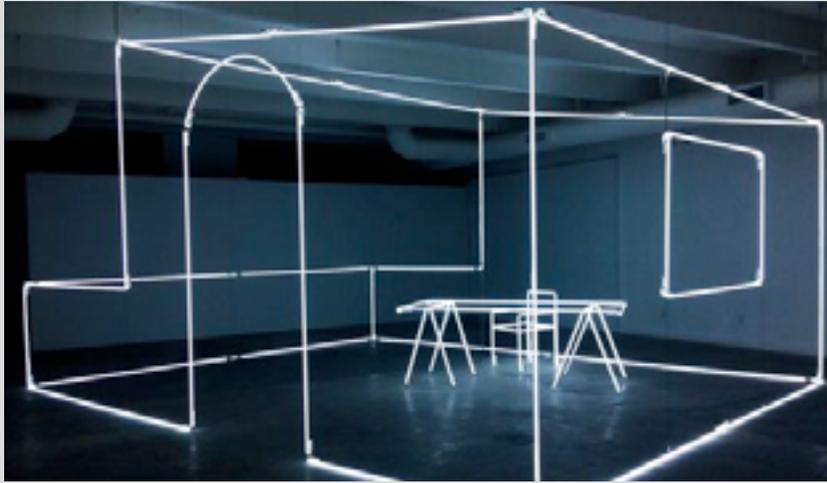


Figura 105: *Altro Spazio*, instalación de Massimo Uberti, 2014. Uso de líneas de luz para la creación de formas.

- **Dimensiones en el espacio escénico**

Es menester conocer el mensaje que se quiere transmitir para hacer uso de los recursos dimensionales y conocer su significado en relación con la percepción visual.

- » La *altura* ayuda a percibir jerarquías entre los elementos y personajes del escenario.
- » La *profundidad* se refiere a lo melancólico y a la lejanía, además al jugar con las proporciones es posible generar atmósferas oníricas.¹¹¹
- » La *anchura* refiere a lo apasionado, lo realista y genera igualdad entre los discursos.

- **Composición en el espacio**

El acomodo en la composición determina el grado de profundidad de los elementos, la iluminación facilita el volumen. Es preciso limitar cada elemento de manera armónica y espacial, asignando prioridades a los elementos. Para que el diseño logre equidad visual y armonía debe contar con una organización del espacio en sentido funcional y estético. Se recomienda crear una **retícula de las nueve áreas generales** en relación con la profundidad. Dependiendo el tipo de espectáculo, la composición de una escenografía es muy similar a la de una pintura pero con profundidad.

- **La luz**

A partir de sus cualidades y composición, es la causante de generar la expresión y el tono emocional que se desea transmitir sobre los objetos en escenario. (Fig. 105)

- **Balance**

Su éxito se determina a través de la composición de los elementos; buscando el centro de gravedad de la composición

¹¹¹ González, *op. cit.*, p.83.

se identifican los elementos que generan más peso o sentido de atracción visual ya sea en todo el espacio. Pueden ser *axiales* o *radiales*. Los primeros se realizan mediante un orden simétrico de un peso visual similar. Las composiciones radiales organizan a los elementos de manera circular a partir de un punto central.



Figura 106: RGB, en sistema aditivo.



Figura 107: CMYK, en sistema sustractivo.



Figura 108: Círculo cromático en 12 zonas.

- **Textura**

Es un elemento visual de doble sentido, visual y táctil, en su mayoría de tipo visual. Es la que da sensación en las superficies, es importante tomar en cuenta que a la distancia, las texturas desaparecen, por lo que deben resaltarse.¹¹²

- » **Visual:** Se representa a través del dibujo, pintura, impresión, manchado, quemado, raspado, entre otros.

- » **Táctil:** Puede percibirse a través del relieve, ya sea por su naturaleza o por su modificación.

- **Color**

Aprender a estudiar la manera en que el espectador lee un color revela la amplísima variedad de métodos existentes para representar una imagen. Esta herramienta se apoya a través de las emociones, ya que al tener un significado universal cuenta con una amplia galería de significados, posee un valor informativo e independiente. Además, el color a través del mensaje es responsable de transmitir el sentimiento por medio de los significados simbólicos en los elementos del escenario. **(Anexo 5)**

El diseñador es capaz de tener este conocimiento prácticamente de manera intuitiva para el uso de los colores tanto en escenografía, *props*, iluminación y vestuario.

Cada color tiene múltiples significados asociativos y simbólicos, y cuentan con tres dimensiones:

- » **Matiz:** Es posible distinguir las diversas variables de color, es decir, se trata del color puro, este color tiene un nombre específico y se divide por categorías de colores entre ellos se encuentran los primarios y secundarios. La combinación de los primarios da como resultado los secundarios.

- » **Saturación:** Se refiere a la pureza del color con respecto a la cantidad del gris tenga. Cuanto más saturado sea, es más puro, expresivo y emotivo; mientras menos saturado, más neutral y sutil. **Brillo o luminosidad:** Esta característica de la saturación, va en función de las gradaciones tonales y la intensidad lumínica de los colores, se refiere a un color cuando es claro u oscuro.

Más adelante surge la clasificación de colores sustractivos, los pigmento a través de la impresión **(CMYK)** y los sustractivos por medio de pantallas y medios digitales **(RGB)**. (Figs. 106–111)

¹¹² Wong, *op. cit.*, pp.85,86.

C) SISTEMAS DE SIGNOS Y CÓDIGOS VISUALES ESCÉNICOS

Los espectáculos están rodeados por un sistema de signos que comunican en todo momento el mensaje, están presentes mediante códigos de respuesta emocional por medio del color, formas, texturas, audio, entre otros. Forman parte de este sistema de códigos, previamente definidos en la cultura de las múltiples sociedades.

Dentro del universo escénico existen una serie de símbolos que utiliza el diseñador para representar diversas emociones o situaciones fuera de lo evidente del discurso que el talento presenta dentro de una sociedad. Entre los recursos geométricos utilizados comúnmente se encuentran los siguientes:¹¹³

- **El cuadrado**
Representa el detenimiento, estabilidad, pasividad y el anclaje.
- **El círculo**
Simboliza movimiento, homogeneidad, perfección, sin inicio ni final, el cielo y lo inalterable.
- **El rectángulo**
Se relaciona con la masonería, la relación entre el cielo y la tierra y el deseo por formar parte de esta perfección a través de la proporción áurea.
- **Elementos verticales**
Son un símbolo de superación, seguridad, dinamismo y trascendencia.
- **Elementos horizontales**
Están relacionados con la muerte, la negación lo frío, plano, estable y quieto.

Es menester hablar de simbolismos y signos al hacer referencia a la escenografía, puesto que «el arte del espectáculo es, entre todas las artes –y humana-, en que el signo se manifiesta con más riqueza».¹¹⁴ Por lo que es una obligación conocer de ellos para dar un mensaje adecuado a través de los recursos que la comunicación visual ofrece dentro de los espectáculos.

La **hermenéutica** es una herramienta necesaria para el diseño escenográfico, gracias a la interpretación de los mensajes y signos en los textos dramáticos y tiene la posibilidad de expresarlos desde distintos enfoques. (Figs. 112 y 113) Por su parte la **semiótica** es la que facilita al diseñador los conceptos para la creación de signos. Estas dos herramientas son un apoyo para el dominio de los signos en el ambiente artístico dentro de las propuestas visuales.

D) ESTILOS VISUALES

Los estilos visuales son definidos por cada diseñador en las producciones que participa, en ellos se ve reflejado el tono en que se

113 Nava, *op. cit.*, pp.61,62.

114 *Ibid*, p.63.

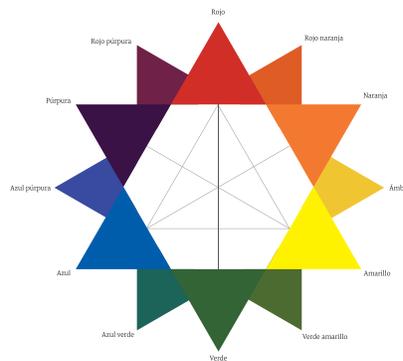


Figura 109: Dodecagrama en colores RYB.

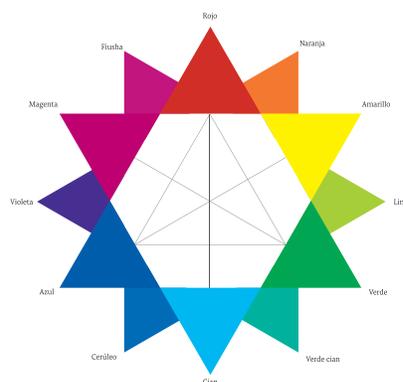


Figura 110: Dodecagrama en color RGB.

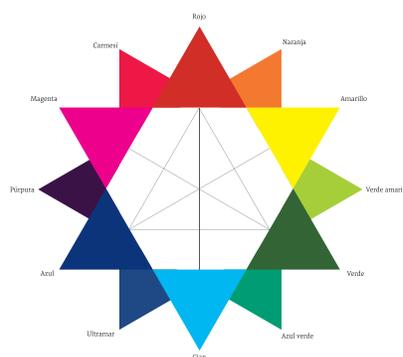


Figura 111: Dodecagrama en color CMYK.



Figura 112 y 113: *Egmont*, escrita por Goethe, dirigida por Mauricio García Lozano, 2010. Diseño de escenografía e interpretación hermenéutica por Jorge Ballina.

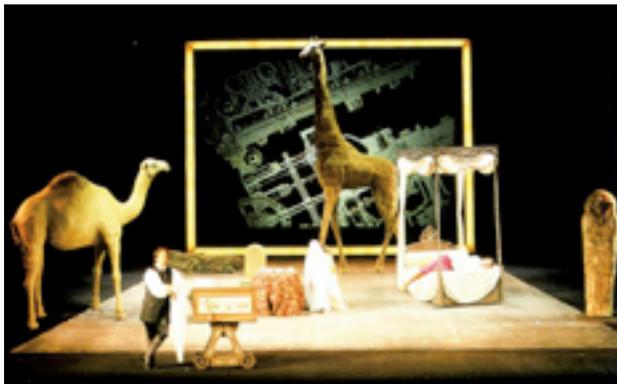


Figura 114: Recursos utilizados en la semiótica escénica del escenógrafo Alejandro Luna, 2012.

quiere llevar a cabo el discurso. Nava menciona a los estilos visuales en las representaciones escénicas basándose en la forma de comunicación visual que se desarrolla en el espectáculo a través del conjunto de reglas estéticas, técnicas y de conducta.¹¹⁵ Tiene como principal objetivo generar atmósferas que permiten mostrar su visión conceptual; la atmósfera que se diseña sirve para enfocarse en la percepción emocional del espectador. La originalidad de la idea es que a partir de la capacidad creativa del diseñador, éste sea capaz de hacer una reinterpretación de la historia metafórica, simbólica o alegórica del guión.

Los estilos que existen se desarrollan en función del realismo o del no realismo de la propuesta conceptual. Dentro del estilo realista se reproducen elementos lógicos y existentes en la naturaleza. Se observa desde la percepción racional, utilizando todos sus elementos de manera coherente y lógica para lo que fueron fabricados, algunas de las variables del realismo son:

- **Naturalismo**

Deja ver las luchas internas de los personajes y sus sentimientos. Quiere mostrar la naturaleza con todo detalle y se apoya en la razón. Refleja fielmente los escenarios cotidianos.

- **Realismo**

Los elementos visuales pueden ser únicamente ambientales sin tener uso mientras mantenga su congruencia de escala y función.

El no realismo se caracteriza por su gran carga de estímulos visuales y sensoriales no se relacionan coherentemente con la forma y la función, hay situaciones de fantasía y simbolismo. Las formas se transforman con mayor libertad explorando las posibilidades que existen entre ellas.

- **Expresionismo**

Su característica principal es la exageración de los sentimientos de manera intensa. Tiene mayor interés por los sentimientos internos y se expresa a través de su exaltación. Los elementos son deformes y se visualiza de manera impetuosa. Además, el uso de contrastes es característico en este estilo. (Fig. 115)

¹¹⁵ *Ibid*, p.74.



Figura 115: *Ricardo III*, de Shakespeare. Producida por Atalaya Teatro, 2011. Ejemplo de escenografía expresionista.

- **Abstracto**

Es un proceso de destilación en el que se reducen los factores visuales múltiples de los elementos a los rasgos esenciales. Este estilo se opone a lo figurativo. Su síntesis es esquemática bajo un significado interesante.

- **Surrealismo**

Evoca de un pensamiento, es libre en el subconsciente del ser humano, se basa en las experiencias oníricas y en la psicología. Se caracteriza por usar composiciones irreales con poca congruencia. Este estilo cuenta con gran libertad visual y compositiva. (Fig. 116)



Figura 116: *Don Juan Tenorio*, Boceto de escenografía surrealista amientado en una situación renacentista, diseñado por Salvador Dalí, Museo Reina Sofía, s.f.

- **Simbolismo**

Basado en las teorías de Carraig y Appia, lo interesante de este estilo es el uso de objetos con fines simbólicos e imágenes con significados ocultos o metafóricos. En gran número de casos, la escenografía cuenta con un solo elemento protagónico

realizando pocos cambios en la representación. La iluminación de igual manera cobra un sentido simbólico aprovechando el uso del ritmo y del color.

- **Fantasía**

Se inspira en los mitos y leyendas imaginarias de diversas culturas, se relaciona asimismo con la trascendencia de las normas de la naturaleza y la lógica de lo real, existen fenómenos y actividades insólitas dependiendo del contexto, es así el transcurso del proyecto lineal y circular. Este estilo prácticamente carece de reglas naturales y cuenta con gran libertad de composición. (Fig. 117)



Figura 117: Cirque du Soleil, *O: The Aquatic*, Las Vegas, s.f.

PRUEBAS DE MATERIALES

La lista de materiales que existen al día de hoy es interminable, es posible experimentar a través de ellos mediante el uso de texturas, estilos transparencias, permite tener grandes posibilidades al momento de buscar soluciones.

Es necesario realizar pruebas de calidad con distintos materiales a manera de investigación. Gracias a la investigación previa de los materiales se pueden obtener mejores resultados en la etapa de construcción y acabados. Adicionalmente es conveniente explorar materiales también por sus cualidades expresivas para fines emocionales y perceptivos de la obra, ya que cada elemento tiene características sensitivas distintas y conviene aprovecharlas.

El diseñador debe ser capaz de tener en cuenta las cualidades y características de los materiales de la escenografía, así como de su durabilidad.

CONDICIONANTES DEL DISEÑO

Al momento de planear el diseño de una escenografía, es necesario tomar en cuenta aspectos que hacen de ella una cualidad o una condicionante que se presenta durante el proceso. Nava menciona algunos ejemplos de las condicionantes¹¹⁶ que se exponen a continuación:

- **Es efímera y contaminante**

La escenografía está supeditada a la temporalidad del espectáculo, fuera de él, ella no existe. Una vez terminado el evento, la escenografía puede ser reciclada para otros proyectos, o en el peor de los casos, desechada. Por ello el diseñador debe elegir desde un inicio sus materiales en función del medio en que habita tomando conciencia del uso de los materiales y los medios para reciclarlos.

- **Es cinética**

En algunas representaciones, por la condición de espectáculo, es necesario hacer cambios escenográficos, por lo que a partir del diseño, debe estar preparada para estas situaciones. En algunos otros casos el cambio no es visual, sino que lo desarrollará a través del ritmo y movimiento en la representación por medio del audio o de la iluminación.

- **Es dependiente**

La escenografía es uno de los elementos en los espectáculos que depende de todas las disciplinas que giran en torno a ella para poder existir como del lugar, los artistas, músicos, bailarines, actores, entre otros. Además, la escenografía está condicionada a la opinión del equipo creativo, del director, así como de las necesidades específicas del talento que la habita. Por otro lado de las habilidades de los constructores y técnicos que la manejan.

Según lo mencionado por Nava el diseñador deberá tomar en cuenta estas condicionantes ya que necesariamente está supeditado a un trabajo en equipo entre todas las áreas escénicas y que finalmente tendrá su desenlace al concluir el proyecto.

«La escenografía es un arte, no un arte autónomo, dependiente, efímero y cinético.»¹¹⁷

¹¹⁶ *Ibid*, pp.44-46.

¹¹⁷ Alejandro Luna (Citado en Recchia, *op. cit.* p.14)



Figura 118: Construcción de escenografía de *Mussi y la Máquina del Tiempo*, 2014.



Figura 119: Obra de teatro *Mussi y la Máquina del Tiempo*, 2015.

CONSTRUCCIÓN DE LA ESCENOGRAFÍA

El equipo de construcción debe contar con el espacio suficiente para su elaboración y posteriormente interpretar las necesidades del boceto a la realidad. Para llevar a cabo la construcción se necesitarán los planos presentados al inicio del proceso. Es necesario haber llegado previamente a un acuerdo en relación con los materiales, mediante las pruebas. Se recomienda que el escenógrafo conozca los principios de construcción para dar claridad en las indicaciones, asimismo deberá mantener supervisadas todas las etapas, desde su planeación hasta los acabados para hacer las correcciones en caso de presentarse. Invariablemente surgirán dudas al equipo de construcción o necesidades que el escenógrafo debe cubrir durante el proceso, por ello es tan importante su supervisión y conocimiento de los procesos de construcción.

Durante el proceso de diseño, se tiene que contemplar la creación de estructuras abatibles o desarmables para el traslado de los elementos escenográficos en el caso de giras o presentaciones en diversos recintos en que la escenografía deba ser manipulada. Por lo que el diseñador debe tomar en cuenta esta clase de mecanismos durante la geometrización del diseño, así como el conocimiento de las herramientas y materiales para la solución de problemas de espacio durante su construcción.

La construcción de la escenografía, y utilería se debe de trabajar lo antes posible, para utilizarla durante los ensayos previos a la presentación, así como la realización de pruebas de sonido e iluminación. La estrecha comunicación con el diseñador y la supervisión constante de la realización del proyecto evitará riesgos y provocará que se cumpla con lo acordado al inicio. Es necesario contemplar en los gastos de la escenografía un fondo para su mantenimiento para la prevención del desgaste con el paso de las funciones. Posterior a la construcción será necesario contar con un inventario de escenografía para el proceso de montaje.¹¹⁸



Figura 120: Montaje de escenografía de *Mussi y la Máquina del Tiempo*, 2015.

118 De León, *op. cit.*, p.125.

« La luz es
Linvisible
hasta que incide en la
materia y la materia
no se ve sino hasta que
refleja la luz a nuestros
ojos.»¹¹⁹

Alejandro Luna

2.4.2 Iluminación

Este probablemente es uno de los mayores problemas técnicos para el diseñador ya que su principal reto es conocer el efecto que tiene la luz sobre los objetos que la reciben. La luz es parte fundamental de la vida y el movimiento de los espectáculos ya que marca el punto de atención que debe tener el espectador, además de transmitir sensaciones. Es imprescindible tomar en cuenta que la luz no es un elemento menor que se deba dejar a final de la planeación, su diseño debe realizarse junto con la escenografía y el equipo creativo.

El productor creativo tiene la tarea, a través de la iluminación de crear una atmósfera correspondiente al discurso conceptual a lo largo del espectáculo. En algunos casos, la iluminación facilita la jerarquización de los elementos del escenario o los acentúa. En el caso de los conciertos musicales, por ejemplo, la iluminación es quien da jerarquía a los músicos principales, diferenciando a los acompañamientos. La luz ayuda a ocultar lo que no se quiere mostrar al espectador, a dar la importancia a elementos específicos y a generar emociones que vayan entorno al discurso o al concepto. Por ello, es indispensable tener un profundo conocimiento de todos los elementos que integrarán el espacio escénico, como la escenografía y el vestuario para que el diseño de iluminación sea acertado, acorde con la armonía visual del proyecto.

En el caso de la iluminación, el diseñador deberá aplicar sus conocimientos de teoría del color, armonía, contraste y percepción ya que estos conocimientos se deberán conjuntar para crear un ambiente integral entre los elementos que conforman la estética del espectáculo.

Para el diseño de iluminación se consideran tres tipos de escenografías en las que se lleva a cabo el esquema lumínico.

- **Telones pintados**

Hoy en día tienen menor uso, se utilizaba en sus inicios. Este diseño de iluminación llevará un tratamiento muy similar al de un cuadro.

- **Escenografía tridimensional o corpórea**

Se constituye con elementos tridimensionales, tiende a ser realista y va de acuerdo a los principios de Appia con un tratamiento escenográfico más interesante, ya que el agente móvil tiene interacción con ella durante la representación y se perciben en un mismo espacio, por lo que hay que tomar en cuenta múltiples cambios móviles.



Figura 121: Roger Waters *Us+Them* Tour, 2018

- **Escenografías de luz**

En este caso, el escenario deberá estar completamente vacío y se conforma por iluminación y proyecciones audiovisuales en el espacio. Existen dos opciones para diseñar las escenografías de luz.

- » A partir de una *cámara negra* en la que debe ocultarse cualquier otro elemento fuera del escenario como telones, piernas, escaleras, etc.

La iluminación debe caer sobre el piso y los agentes móviles.

- » Se realiza mediante una *proyección audiovisual* que recae sobre la pared o superficie de fondo en color blanco y la iluminación estará sobre el piso como la anterior.

2.4.2.1 Producción Audiovisual

Es un recurso que se ha expandido rápidamente y ha cobrado protagonismo en los espectáculos escénicos ya que forma parte de la ambientación tanto de los elementos escénicos, así como de superficies con extensiones en gran formato; asimismo aporta generando movimiento en los elementos estáticos. En caso de sustituir todos los elementos tridimensionales, como en el caso de las escenografías de luz. Lo interesante de éstas es el material en donde recae la proyección y la iluminación del espectáculo. En este punto la proyección va más allá de sustituir carencias escenográficas, por el contrario, la producción audiovisual enriquece el espacio escénico.

Recordando la época renacentista en la que el arte y la ciencia participaban en comunión, resulta difícil dejar pasar desapercibido el panorama actual en el que la ciencia y a la tecnología trabajan juntos para el desarrollo de las distintas corrientes artísticas; vinculando nuevamente



al arte con la ciencia y ahora a las nuevas corrientes tecnológicas.¹²⁰

Figura 122: Roger Waters *Us+Them* Tour, 2018

Las distintas técnicas de producción audiovisual tienen su origen a partir de la luz que es la materia prima y su existencia es tan antigua desde la proyección de sombras por medio de elementos físicos y plantillas. Lo que ha cambiado en la proyección han sido las herramientas, sin embargo el principio es el mismo. Al día de hoy las distintas técnicas audiovisuales se han incrementado y evolucionado exponencialmente por lo que es obligatorio para el diseñador actualizarse y estar en estrecha experimentación de estas técnicas. Actualmente existe el término *VJ*, que se utiliza principalmente en los espectáculos audiovisuales y musicales para llamar al especialista quien es capaz de mezclar videos en vivo a través de archivos audiovisuales o *motion graphics* gracias a la popularidad que ha adquirido la manipulación de videos en vivo. El LPM (*Live Performance Meeting*)¹²¹ se trata del encuentro de *performance* audiovisual más grande en el mundo y menciona algunas de las técnicas audiovisuales más populares:

- ***Video Mapping***

Tal vez sea la técnica de videoproyección más popular hoy en día, ésta permite animar volúmenes o espacios arquitectónicos. Consiste en una videoproyección, ya sea sobre superficies planas o tridimensionales, pantallas, paredes, edificios; a través de esa proyección se crea la ilusión de animar objetos inmóviles, dando vida a estructuras o edificios, a través de proyectores de mediana o altísima calidad. Ésta ilusión de elementos tridimensionales sobre las distintas superficies se obtiene mediante la manipulación del tamaño, la

¹²⁰ Díaz, *et. al.*, *op.cit.*, p.2010.

¹²¹ Live Performance Meeting, 2018. (Sitio web)

textura y la luminosidad de la proyección. En gran número de casos la interacción de la videoproyección con la música forma parte esencial de esta experiencia.

A través de *softwares* especializados han ayudado a precisar las coordenadas x , y y z , en relación con la superficie y el proyector. Por otro lado *softwares* como **Resolum Arena** ayudan a compaginar la interacción musical y visual por sus aplicaciones técnicas.

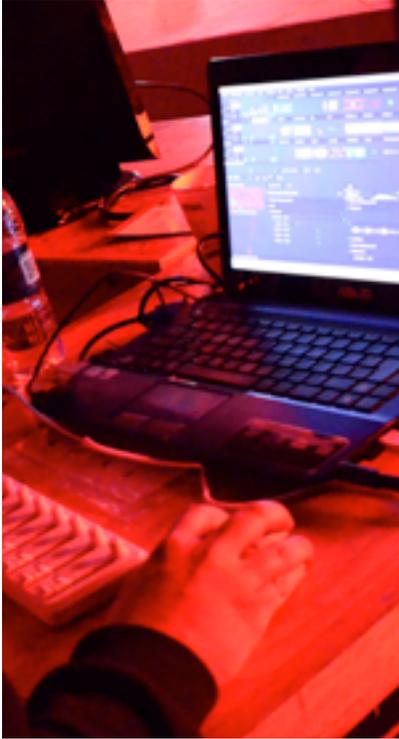


Figura 123: Mezcla de videos en vivo para Concierto Videográfico, *Reinvención*, FAD, 2014.

En el *videomapping* se mide no sólo la distancia, sino también el ángulo de la posición entre superficie y proyector. Se crean imágenes o animaciones vectoriales y posteriormente se realiza el proceso grabación de video digital en planos. Dependiendo del tipo de estructura, se crean capas por cada cara de la superficie para poder dar vida. El resto de la zona debe enmascararse con ayuda del programa con el fin de evitar algún tipo de proyección en zonas fuera de la superficie que se espera animar. Algunos software especializados también son: **Mad Mapper**, **VTP 6.0**, **Mesh Wrap Server**, **MPM**.¹²²

- **Generative Visual**

Debido a la codificación del mundo activo y reactivo con el que hoy en día se convive, las nuevas biosferas digitales ofrecen al espectador la experiencia de redes complejas compuestas por códigos binarios sencillos de *bits* sensoriales.

- **3D estereoscópico**

La visión estereoscópica permite la visualización tridimensional del contenido de video estándar para una inmersión perceptiva completa. Se utilizan *softwares* y tecnologías adecuados para manipular la percepción visual del espacio con el fin de crear realidades «aumentadas».

«Una escenografía se pinta o se ilumina, una luz tiene que ver con un tono de voz, con un movimiento, con una textura, de una superficie, con el texto, con la proporción de un espacio.»¹²³

2.4.2.2. *Propiedades de la luz*

MORFOLOGÍA DE LA LUZ

Esta es la propiedad de mayor interés para diseñador, puesto que la morfología de la luz estudia sus aspectos visuales y el resultado que lo produce en relación con el espacio. Los elementos morfológicos de la luz son:

¹²² Moody, Dexter, 2010, pp.275,276.

¹²³ Alejandro Luna (Citado en Recchia, *op. cit.* p.14)

- **Posición**

Indica hacia qué punto dirige la luz a un objeto. Según el ángulo en que se posiciona, la base del objeto genera una cúpula de luz ocasionando claroscuros a través del punto. Para analizar la posición se deben de tomar en cuenta 6 posiciones de iluminación de un objeto a partir del cruce eje 3 ejes básicos. Cenital-nadiral (vertical), frontal-contraluz (longitudinal), izquierdo y derecho (transversal). Dice Kandisnky que los objetos iluminados a la derecha tienen mayor relevancia y dinámica, los de la izquierda menor dinamismo.¹²⁴ (Fig. 124 y 125)

- **Intensidad**

Se refiere a la fuerza de la iluminación o la cantidad de luz que emite la fuente. Lo interesante de esta propiedad es conocer el mínimo necesario y el máximo admisible para la percepción humana. Entre menor intensidad, mayor difusión y penumbra; entre mayor intensidad, mayor relevancia y consolidación cuidando de no abusar para evitar sobre exponer el objeto. De acuerdo a la morfología de los objetos, se esclarece el nivel de intensidad que se piensa utilizar, pues varía en cada caso entre mayor complejidad morfológica tenga el objeto. A partir de la intensidad se determina la cantidad de atención que tiene el objeto, por ello se deben clasificar.

- **Color**

Al igual que en la escenografía el color forma parte de una propiedad que es necesaria mencionar al hacer referencia a la iluminación. «El color de un objeto es su comportamiento frente a la luz respecto de los componentes cromáticos que reflejan la luz blanca.»¹²⁵ Por lo que sus valores como, el matiz, saturación y brillo deben tomarse en cuenta.

Ya se mencionaron anteriormente los sistemas de color RGB, RYB y CMYK, El sistema de colores apropiado tanto para iluminación como para escenografía es el sistema natural del color (NCS) y sus colores primarios son RYBG. En este sistema rojo + verde = gris, y azul + amarillo = gris. La luz blanca se compone la suma de varios colores que la fuente emita al mismo tiempo. Este sistema cuenta con características favorables puesto que los tres valores necesarios para el color (matiz, saturación y oscuridad). Asimismo, a diferencia de los otros sistemas, el sistema NCS es captado por células pertenecientes a la retina y no a la percepción del ojo lo que quiere decir que este sistema es funcional al momento de diseñar la escenografía tomando en cuenta que los objetos que reciben la luz en el escenario deben de generar la percepción del color deseada en relación con la variación de tonos del color de la luz en relación a la combinación con el color de la textura iluminada. (Figs. 126 y 127)

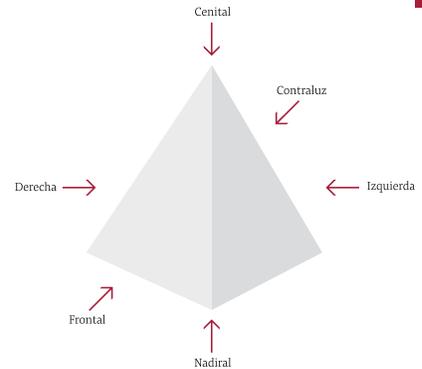


Figura 124: Posiciones elementales de iluminación.

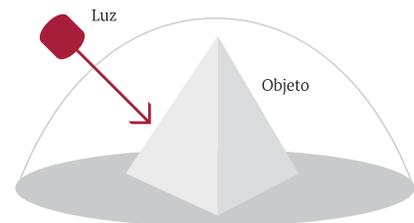


Figura 125: Iluminación de un objeto.

124 Rinaldi, Santillán, 2016, posición en Kindle 848.

125 *Ibid*, posición en Kindle 921.

« El estudio del tiempo en el arte es importante ya que juega un papel decisivo en la evolución de las tensiones y su disolución [...]»¹²⁶

Las mezclas de color de iluminación de acuerdo las características mencionadas son las siguientes:

» **Mezcla Aditiva**

Se conforma por más de una fuente de luz de distintos colores. En caso de mezclarse los filtros complementarios, la mezclada será luz blanca.

» **Mezcla Sustractiva**

En una sola fuente de luz se coloca más de un filtro de color y en caso de ser colores complementarios el resultado será negro.

Para efectos significativos en la representación, hay que tomar en cuenta el efecto del color de la iluminación sobre la morfología y el color del objeto iluminado de acuerdo al significado que se le quiere dar.

• **Difusión**

Se desarrolla en función del tamaño de la fuente de luz. Una emisión puntual dará como resultado una luz dura mientras que una superficial produce luz blanca. Este efecto puede notarse en la sombra del objeto.

» **La luz dura**

Produce una sombra definida, tiene un haz de luz definido, puede determinar una textura áspera.

» **La luz blanca**

Su sombra es imprecisa, la zona del objeto de acuerdo al mensaje que se quiere iluminar para reflejar su carácter como objeto a través de su difusión. De esta manera la difusión forma parte importante del mensaje.

Asimismo debe considerarse la morfología del objeto de acuerdo al mensaje que se quiere dar. Entre mayor complejidad, requiere de mayor iluminación para reflejar su carácter como objeto a través de la difusión. De este modo la difusión retoma parte importante del mensaje.

• **Tamaño**

Determina la cantidad de espacio a iluminar por ello se dice que habrá luz general, abierta o grande, en caso de ser amplia; en el caso de ser precisa, será pequeña o cerrada.

SINTAXIS DE LA LUZ

La sintaxis define la manera en que los factores morfológicos cambian de un estado a otro; y por otro lado el estudio de los cambios en los estados de iluminación con el paso del tiempo y sus transiciones. A través de un rebalanceo de luz, se produce un cambio en las intensidades con el mismo número de fuentes.

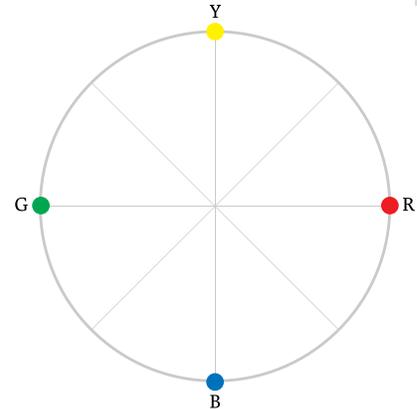


Figura 126: Círculo cromático NCS.

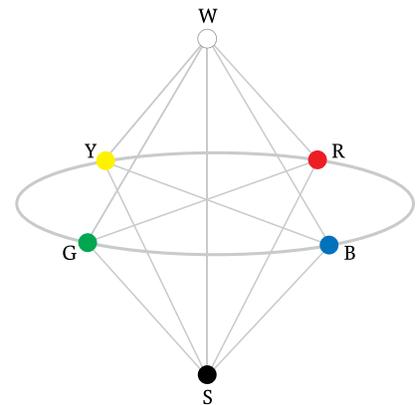


Figura 127: Sólido de color NCS.

126 *Ibid*, posición en Kindle 1068.

- **Sustitución**
Se intercambian de las fuentes en transición.
- **Adición**
Se agrega una fuente o más para producir un estado distinto.
- **Sustracción**
Se elimina una fuente o más para producir otro estado distinto.

Figura 128: Cuadro de la sintaxis de la luz en relación con la iluminación clásica y excéntrica, inspirado. Retomado de Rinaldi, Santillán, 2016, posición en Kindle 1443.

SINTAXIS	ILUMINACIÓN CLÁSICA	ILUMINACIÓN EXCÉNTRICA
Variedad	Pocos estados de luz	Muchos estados de luz
Velocidad	Estado de luz lentos	Estados de luz lentos
Permanencia	Estados de luz largos	Estados de luz cortos
Segmentación	Continuidad visual	Discontinuidad visual
Sincronía	Sucesividad	Simultaneidad

*No son leyes absolutas, puesto que pertenecen al arte y el arte no es absoluto ya que da pie a la sensibilidad y la intuición.

CATEGORÍAS PARA EL DISEÑO DE ILUMINACIÓN¹²⁷

- **Variedad**
La cantidad de estados de luces dependen de su grado de dramatismo.
- **Velocidad**
El tiempo en que un estado de luces cambia a otro. Indica el modo de irrupción de un estado a otro en el espacio escénico.
- **Permanencia**
Esta categoría determina tiempo que el estado de luces permanece en escena, es decir, el tiempo de los fragmentos de la representación.
- **Segmentación**
Es una separación similar de estados de luces.
- **Sincronía**
La relación del los estados de luces con la presentación escénica con el fin de acentuar el evento de manera emocional.
- **Evolución**
Son fragmentos de estados de luz a través de secuencias desarrolladas sucesivamente.

2.4.2.3. Estilos lumínicos

- **Iluminación clásica**
Reproduce los estados lumínicos de la realidad con sus equilibrios y estructuras espaciales.
Posiciones frontales, intensidades alta, colores desaturados, difusores y tamaños pequeños-grande.

¹²⁷ *Ibid*, posición en Kindle 1068.

- **Iluminación excéntrica**

Produce un estado de luz distinto a la realidad, los objetos del espacio serán desequilibrados y la iluminación será característica del barroco.

MORFOLOGÍA	ILUMINACIÓN CLÁSICA	ILUMINACIÓN EXCÉNTRICA
Posición	Frontal a lateral en plano medio	Contraluz a lateral en plano medio
Intensidad	Entre media y alta	Entre media y baja
Color	Luz blanca o desaturada	Luz saturada o poco saturada
Difusión	Dura	Blanda
Tamaño	Grande, abierto, general	Pequeño, cerrado o específico

Figura 129: Cuadro de la morfología de la luz en relación con la iluminación clásica y excéntrica, inspirado. Retomado de Rinaldi, Santillán, 2016, posición en Kindle 1422.

2.4.3 Ensayos

Los ensayos son una pieza importante antes, durante y después de la construcción de la escenografía, ya que permiten al diseñador constatar los movimientos del talento sobre el escenario, para que la escenografía sea complementaria y no se convierta sólo en un adorno o en el peor de los casos, un estorbo durante la representación.

Durante los ensayos es posible hacer simulaciones con algunos objetos o marcas en donde se indica a los actores la posición de la escenografía, además sirven para hacer referencia de la utilería que sea necesaria construir. Este momento de asistir a los ensayos previamente es de utilidad para la resolución de dudas que surjan en el camino.



Figura 130: Ensayo para la obra *Mussi y la Máquina del Tiempo*, 2014.



2.5 Producción

«**E**s un proceso generado por la actividad conjunta del equipo de trabajo a través de procedimientos planificados para lograr un producto cultural que logre expresar ideas, valores, actitudes y creatividad artística y ofrezca entretenimiento, información o análisis.»¹²⁸ A partir de este momento el término «producción» que anteriormente se utilizaba en referencia al equipo de trabajo del proyecto y ahora se convierte en el proceso de materialización del proyecto, en esta etapa, se conjuntará todo el proceso previo de planificación para mostrarlo al espectador.

Es necesario antes de cualquier actividad de montaje, hacer una junta operativa con todos los miembros del equipo de trabajo en donde se aclararán dudas y se darán a conocer todos los pormenores del montaje y de la operación del proyecto; así como la asignación de áreas y responsables en esta etapa del proyecto. Una vez realizada esta reunión con todo el equipo estarán listos para la ejecución del proyecto.

MONTAJE

La producción ejecutiva debe proporcionar una logística de montaje para el ingreso al recinto. El proceso de montaje está a cargo del productor creativo junto con el ejecutivo y debe tener conocimiento del número de personas de apoyo del lugar con que cuentan, los accesos y conexiones y cómo se dividirán las actividades de cada área que estarán a cargo de sus responsables. Cada producción es distinta, por lo que las necesidades de cada montaje también lo son según el caso.

Página 130.

Figura 131: *Running Wild* de Michael Morpurgo, diseño de Paul Wills, 2017.



Figura 132: Montaje del Festival Corona Capital, CDMX, 2018.

¹²⁸ De León, *op. cit.*, p.21.



Figura 133: Operación de la obra, *Mussi y la Máquina del Tiempo*, Museo Soumaya, 2014.

Por su parte, la producción creativa debe tener a la mano los planos de construcción, croquis, materiales y elementos técnicos necesarios para el montaje. La buena comunicación entre los elementos del teatro y el personal de montaje interno es fundamental,; antes de realizar el montaje conviene tener una reunión previa de preparación con los responsables de cada área del recinto. Generalmente el tiempo de montaje es reducido por lo que es necesario dar prioridad y espacio al escenario, adicionalmente a la iluminación y los elementos faltantes para el espectáculo.

OPERACIÓN

La operación es una etapa dentro del proceso de producción que se refiere al momento de dar vida al espectáculo, en donde todas las áreas deben estar en su lugar para arrancar. En este momento, el único elemento que falta para completar al espectáculo escénico es el espectador. Durante esta etapa los elementos que trabajaron en la preproducción colaborarán en diversas áreas para procurar el éxito del espectáculo.

Hay diversas maneras de ejecutar la operación, puede llevarla a cabo el mismo equipo de producción que realizó la gestión o delegarla a otro grupo operativo. En algunos casos el recinto por medio de un reglamento, pide operar el evento, sobre todo por la el uso de aparatos especializados de audio e iluminación.

Durante el proceso de operación todas las áreas técnicas, tienen que estar debidamente preparadas sobre el funcionamiento y manejo de los equipos. Además, en el caso de la escenografía se recomienda ubicarlos en la tramoya y como parte del *staff*, deben contar con los

elementos para resolver problemas en caso presentarse, así como con contar con herramientas y materiales de seguridad.

DESMONTAJE

A partir de este momento termina todo el proceso relacionado con la producción, es la etapa del desmontaje en la que se desmantela todo el equipo escénico y de utilería para su resguardo y mantenimiento en caso de utilizar la escenografía nuevamente. Al finalizar debe realizarse un informe con el equipo desmontado y otro con los materiales que quedarán bajo resguardo en el recinto.

En caso de que el proyecto concluya por completo, la escenografía debe desmantelarse, cuidando que la mayoría de sus elementos puedan reciclarse o donarse a otras producciones. Actualmente existen lugares que se encargan de reutilizar las escenografías para otros usos. Lo ideal es que desde el inicio de la construcción de las estructuras, sean de materiales sustentables.

GIRAS

En caso de tener previsto que el espectáculo realice giras en otros espacios, el productor creativo es responsable del mantenimiento y cuidado de la escenografía; así como el de compactarse para facilitar su traslado. En estos casos, la escenografía debe entonces estar diseñada inicialmente para moverse y adecuarse a diversos escenarios. El productor creativo debe solicitar con tiempo los planos de los recintos para hacer la adaptación del montaje en caso de necesitarla, así como la lista de apoyo y fichas de foro de los recintos y asimismo conocer las reglas de los nuevos espacios y los tiempos de montaje.

En todos los casos se recomienda hacer un *scouting* previo, esta es una oportunidad para aprovechar las características visuales que los nuevos espacios ofrecen al espectáculo.



Figura 134: Desmontaje para la F1, CDMX, 2016.



Figura 135: Desmontaje del Festival Corona Capital, 2018.

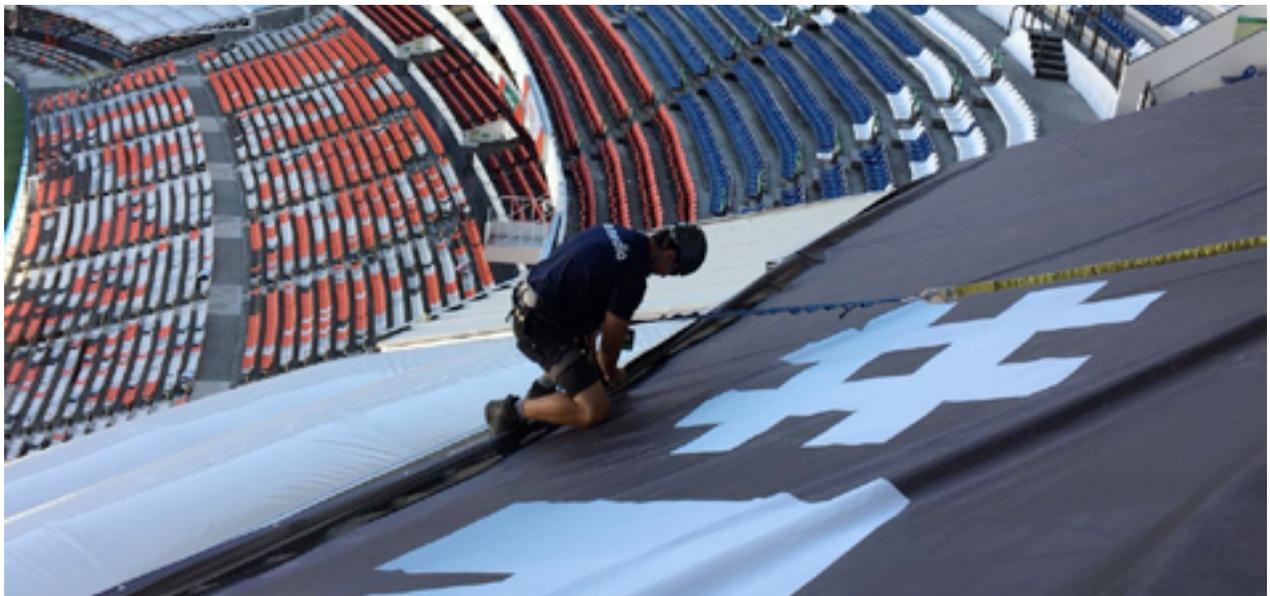


Figura 136: Montaje para la NFL, Estadio Azteca, 2017,

2.6 Comunicación e Imagen de un Espectáculo Cultural

La comunicación visual de un espectáculo cultural es la responsable de crear las condiciones visuales que dan vida al proyecto generando expectativa afuera de la producción, con el fin de atraer al público meta. A través de la comunicación se desprenden distintas actividades y disciplinas que trabajan en conjunto para que esta área obtenga resultados exitosos.

El comienzo del proceso de la campaña de comunicación inicia con el conocimiento del proyecto, por ello deberá recurrir a la información que arroja el plan del proyecto mencionado al inicio, esta información se complementa a lo largo de la campaña en caso de necesitar un análisis más profundo. Por otro lado, el presupuesto es asignado por el productor ejecutivo quien debe de proporcionar esta información desde el inicio de la campaña de difusión.

Lo mejor que puede ocurrir, es que cuando ambas propuestas y visiones se juntan para lograr una muy eficiente actividad por parte del departamento de difusión y comunicación en coordinación con el equipo creativo y artístico del proyecto, así como con las instancias participantes y los colaboradores involucrados.¹²⁹

Además, al igual que las áreas de trabajo ya mencionadas durante la reproducción, el área de comunicación, también lleve a cabo su propia planificación con las herramientas expuestas anteriormente. Algunos gestores recomiendan, comenzar la campaña de difusión con un tiempo de tres meses antes del estreno, ésta no es una regla, ya que la magnitud de los eventos es variable, así como el tipo de público y el alcance de difusión, son otros factores que alteran el tiempo de difusión.

2.6.1 Imagen del proyecto

El objetivo de la imagen es transmitir la esencia del espectáculo así como los valores de la producción a través de los elementos gráficos. La imagen involucra a todos los elementos de comunicación visual y audiovisual de con el fin de difundir el proyecto. El área trabaja con un equipo de diseño gráfico que es capaz de producir una línea de estilo a través de la colorimetría, tono del discurso e imagen con que se espera comunicar. Todo proceso de imagen del

¹²⁹ *Ibid*, p.193.

proyecto debe consultarse con el productor creativo quien tiene mayor claridad sobre la personalidad del proyecto y el estilo visual que se quiere reflejar; a través de la armonía entre la escenografía, el vestuario y la imagen del proyecto.

2.6.1.1 Diseño gráfico

El diseño gráfico es el elemento que transmite visualmente el concepto que el proyecto comunica a la sociedad. Como en cualquier proyecto de diseño, el diseñador debe proporcionar tres propuestas de logotipo haciendo uso de los elementos para la comunicación visual expuestos anteriormente.

El cartel y todo el contenido visual y audiovisual que se realiza debe generar el impacto suficiente en relación al concepto como ya se ha mencionado. Asimismo el diseño gráfico es el medio para transmitir el mensaje con la información que el espectador necesita conocer sobre el espectáculo:

- Logotipo del espectáculo
- Teatro o foro
- Horarios
- Fecha
- Dirección
- Talento o compañía que presenta
- Instituciones involucradas
- Compañía que lo produce
- Teléfonos e información de compra
- Redes sociales
- Logotipos de las instituciones involucradas
- Logotipos de los patrocinadores

*Esquema del cartel y ubicación de los elementos (Anexo 6)

2.6.2 Difusión y publicidad

La difusión cultural es quien da a conocer el proyecto, de este modo relaciona al público meta con el espectáculo y lo convierte en un probable consumidor.

Difusión del latín *diffusio* es la acción para dar a conocer, transmitir, divulgar y difundir conocimientos, ideas, conceptos, noticias, información, experiencias y actitudes a través de técnicas y medios de comunicación a los diferentes sectores sociales a través de técnicas y medios de comunicación a los diferentes sectores sociales de una comunidad.¹³⁰

El proceso de difusión de un espectáculo lleva una serie de cuestionamientos previos para lograrlo, por otro lado necesita



Figura 137: Cartel para Zempaxóchitl, *Inframundos*, 2014.

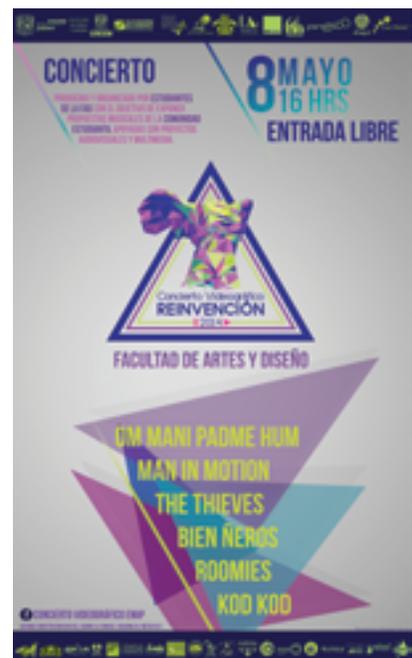


Figura 138: Cartel para Concierto Videográfico, *Reinvención*, 2014.

¹³⁰ Perez Villalba, p.389. (Citado en De León, p.182)

«**P**ara diseñar y lograr una campaña de difusión efectiva, es necesario contar con una imagen bien clara, contundente, atractiva, reflexible e interesante... El diseño gráfico tipográfico de los impresos es tan importante como lo son, en el caso de una obra de teatro la escenografía o del vestuario.»¹³⁰

tomar en cuenta, de qué manera involucra al posible público con el proyecto. Por otro lado, la publicidad es una herramienta que hace equipo con la difusión, ya que es aquella que realiza el modelo de comunicación del evento a través de la imagen y el diseño gráfico.

Se crea una campaña de publicidad y se difunde a través de medios gráficos o impresos como anuncios, periódicos, revistas, medios masivos como televisión, radio y cine. Medios electrónicos y sociales.

DIFUSIÓN POR MEDIOS ELECTRÓNICOS

En la actualidad, es menester para cualquier campaña de publicidad adecuarse a las nuevas plataformas tecnológicas de difusión e información que ofrecen en estos años las redes sociales conforman un pilar importante para la promoción y difusión de eventos por medio de pautas publicitarias principalmente en Facebook, seguido de Instagram y finalmente Twitter. En el caso de las redes sociales es obligatorio crear cuentas destinadas al proyecto, que servirán para reforzar su presencia en medio electrónicos.

Además, en estos medios se tiene la posibilidad de actualizar de información, realización de dinámicas de participación a través del *engagement* y promociones. Es importante tomar en cuenta que este medio no sustituye a ningún otro medio de promoción, simplemente lo enriquece. A través del *mailing*, es posible crear una base de datos dirigida al público meta, con el objetivo de crear descuentos y promociones por medio de una estrategia de *marketing* digital que el equipo de comunicación gestione.

2.6.2.1 Aplicaciones del diseño para la publicidad

El diseño de la imagen por ser la carta de presentación y el primer contacto con el espectador, se debe aplicar a través de los medios internos y externos del proyecto. Comenzando con la presentación del proyecto que es el primer contacto que tiene con el equipo de trabajo, posteriormente se aplicará a los medios de promoción sobre los que se apoya la publicidad para la campaña de difusión.

«La publicidad es el conjunto de técnicas y medios de comunicación dirigida a atraer la atención del público hacia el consumo de determinados bienes.»¹³¹

¹³¹ De León, *op. cit.*, p.201.

¹³² *Ibid.* p.183.

A. Material impreso

El tipo de material y las medidas de los impresos dependen de acuerdo al presupuesto asignado. Se recomienda que el 75% del espacio sea asignado para la imagen y el encabezado y el 25% restante para la información del proyecto. Si bien es cierto que la selección de los elementos de impresión dependerá de las necesidades de cada evento, existen elementos que son utilizados en prácticamente todos los espectáculos, a continuación los elementos impresos más comunes:



Figura 139: Programa de mano y sinopsis de *Torcarium*, 2016.

» Cartel

Las dimensiones varían dependiendo de la ubicación en que se planea colocar, lo ideal es que la información sea legible a tres metros de distancia aproximadamente. Algunas medidas recomendables son: 70×100cm, 50×76cm, 25×38cm. En algunos casos el mismo diseño del cartel puede utilizarse para los folletos impresos, su tamaño común es 1/2 carta.

» Folletos

El folleto generalmente contiene el *brochure* que es un impreso más elaborado, por lo tanto su diseño debe ser más minucioso y cuidado, ya que sus ejemplares son más reducidos y exclusivos. Asimismo el material impreso será de mayor calidad. El formato puede variar desde trípticos, dípticos o carpetas completas impresas en color. En él contiene información detrás de cámaras del espectáculo, así como reseñas del director, productores y artistas.

» Programa de mano

Su diseño debe remontar al espectáculo y se espera que al terminar el evento el espectador lo conserve, por lo tanto debe ser imaginativo en su diseño y estilo. Su objetivo principal es informar al espectador sobre las características generales del proyecto, es una guía del evento que acompaña al espectador durante todo su recorrido. Contiene la información general del material promocional, así como una reseña de los actores y participantes del proyecto.

» Papelería

La mayoría de la papelería forma parte del material interno de producción. La imagen se aplica en la carpeta de presentación y los medios de presentación como tarjetas de presentación, material membretado, entre otros.

» Gafetes de staff

Su objetivo principal es la de acreditar a las personas del *staff* y reconocer el área donde tienen acceso. La medida más común es de 9×11 cm.

» Uniformes de staff

Sirven para identificar al personal de *staff* que pertenece al



Figura 140: Difusión y promoción de *Mussi y la Máquina del Tiempo*, 2015.

evento. Dependiendo del presupuesto y el tipo de impresión, se recomienda no abusar de los colores en su diseño.

B. Medios Electrónicos

Por su parte la utilización de los medios electrónicos como en el caso de las redes sociales se seleccionarán dependiendo del tipo de público dirigido y de la dimensión de la compañía productora para la creación de firmas electrónicas o diseño de página web.

» Correo Electrónico

A través de firmas electrónicas y material de promoción que se envíe por medio de campañas de correo electrónico.

» Redes Sociales

El diseño de la publicidad para redes sociales tiene que continuar la misma línea que el contenido impreso. Las redes sociales cuentan con distintos espacios para agregar contenido. Es debido tomar en cuenta que éstos espacios tienen distintas funciones y medidas variables. Las medidas de cada plataforma cambian constantemente de acuerdo a sus actualizaciones.¹³³

FACEBOOK:

El material publicitario en Facebook se realiza con la intención principal de posicionar el espectáculo, generar reacciones del público, vistas de contenido; así como conversaciones y tráfico de visitas y venta de boletos en línea ligados a la página web. Las medidas utilizadas en Facebook para el contenido actualmente son:

- Foto de perfil: 180×180 px
- Foto de portada (*fan page*): 820×312 px
- Foto para grupo: 820×428 px
- Foto para evento: 500×262 px
- Foto de la biografía: 1200×630 px
- Tamaño máximo para foto en la línea del tiempo: 1200×1800 px

INSTAGRAM:

La imagen en Instagram en los últimos meses ha funcionado por introducir contenido orgánico que permiten mostrar contenido más personal del tras bambalinas del escenario. Las medidas utilizadas en Instagram para el contenido actualmente son:

- Foto de perfil: 150×150 px
- Foto cuadrada: 1080×1080 px
- Foto horizontal: 1080×1350 px
- Foto vertical: 1080×566 px

TWITTER:

Twitter por su parte funciona para generar conversaciones en línea, conseguir una interacción deseada y vistas de contenido. Las medidas utilizadas en Twitter para el contenido actualmente son:



Figura 141: Gafetes de producción.



Figura 142: Uniformes oficiales para equipo de producción.

133 Walker, 2018. (Sitio web)



Figura 143: Facebook del Concierto Videográfico, *Percusiones*, CDMX, 2018.



Figura 144: Twitter de la obra *La Sociedad de los Poetas Muertos*, CDMX, 2018.

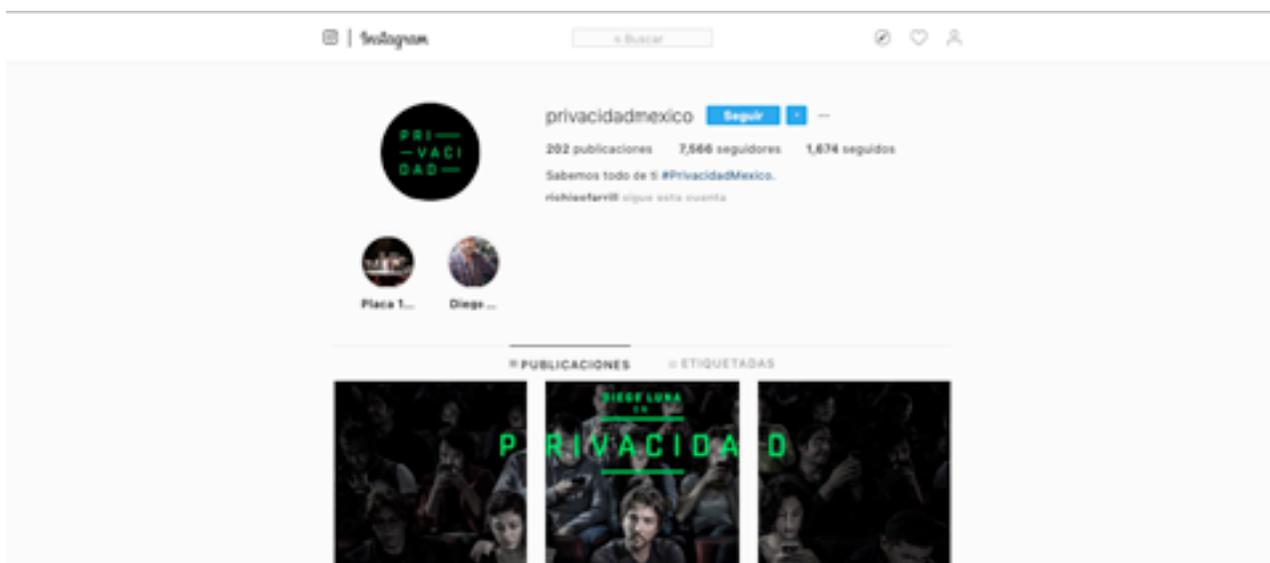


Figura 145: Instagram de la obra *Privacidad*, CDMX, 2017.



Figura 146: Rueda de la fortuna de Vans, activación para el Corona Capital, 2018.

- Foto de perfil: 200×200 px
- Foto de portada: 1500×500 px
- Foto de la línea del tiempo: 1024×512 px

» **Página Web**

Cualquier compañía establecida en México debe contar con una página web, en la cual se da difusión a sus espectáculos. Dependiendo de la magnitud del evento se considerará la creación de la página web únicamente del espectáculo. El diseño de la página debe ser de acuerdo a las necesidades del proyecto, en la cual necesita contener la información de la producción así como la presentación del proyecto en conjunto con sus valores, metas y objetivos.

C. Experiencia del espectador

» **Branding del evento**

El *branding*, es un término utilizado principalmente para referirse a la estrategia utilizada para generar la imagen de un proyecto. En el caso del *branding* de un evento se refiere a la intención de generar pregnancia de la imagen a través del espacio y entorno que ayudará a mejorar la experiencia del espectador a través de la señalética y elementos con la imagen del proyecto que enriquezcan las zonas del recinto por fuera del espacio escénico.

» **Merchandising**

El *merchandising* se mencionó anteriormente durante la etapa del financiamiento, sirve para generar mayores recursos a la producción. El diseñador debe ser capaz de proponer la intervención de la imagen de artículos promocionales de uso común con la imagen del proyecto tales como playeras, tazas, llaveros, termos, entre otros.

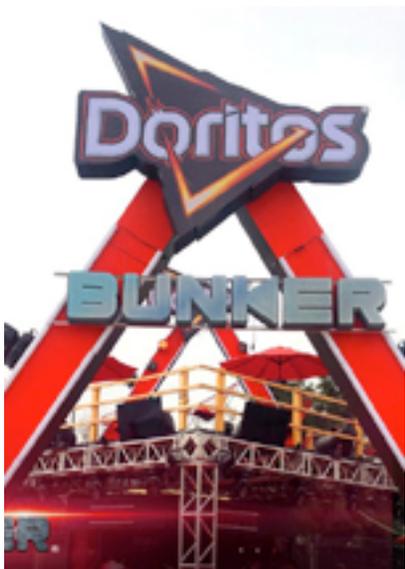


Figura 147: Bunker Doritos, activación para el Corona Capital, 2018.

2.7 Postproyecto, evaluación.

La evaluación es el desenlace del proyecto en el que la producción ejecutiva valora el éxito del proyecto por medio de encuestas basadas en los objetivos iniciales del proyecto para así lograr medir los resultados. Las encuestas pueden realizarse mediante encuestas electrónicas obteniendo la base de datos de los espectadores, o por medio de encuestas presenciales al término de cada evento. Las evaluaciones no tienen un parámetro específico y varían dependiendo del tipo de proyecto.

La evaluación es un proceso sistemático mediante el cual se obtiene la información necesaria sobre los resultados, previstos o no, y el funcionamiento de un proyecto cultural para saber en qué medida se logran los objetivos y se desarrolla la producción, y poder tomar así las decisiones oportunas para reconducir dicho proyecto mediante la modificación de cualquiera de sus aspectos.¹³⁴

Por su parte, la producción creativa concluye el proyecto por medio de una memoria gráfica y audiovisual misma que recoge los resultados de la evaluación en un documento con fotografías y videos que exponen el desarrollo del proyecto.

Una vez conjuntadas las encuestas se realiza un análisis para revisar el cumplimiento de los objetivos propuestos al inicio del proyecto. Los resultados de evaluaciones servirán como información valiosa para tomar en cuenta durante los antecedentes de los próximos proyectos.

¹³⁴ Roselló, *op. cit.*, p.206.

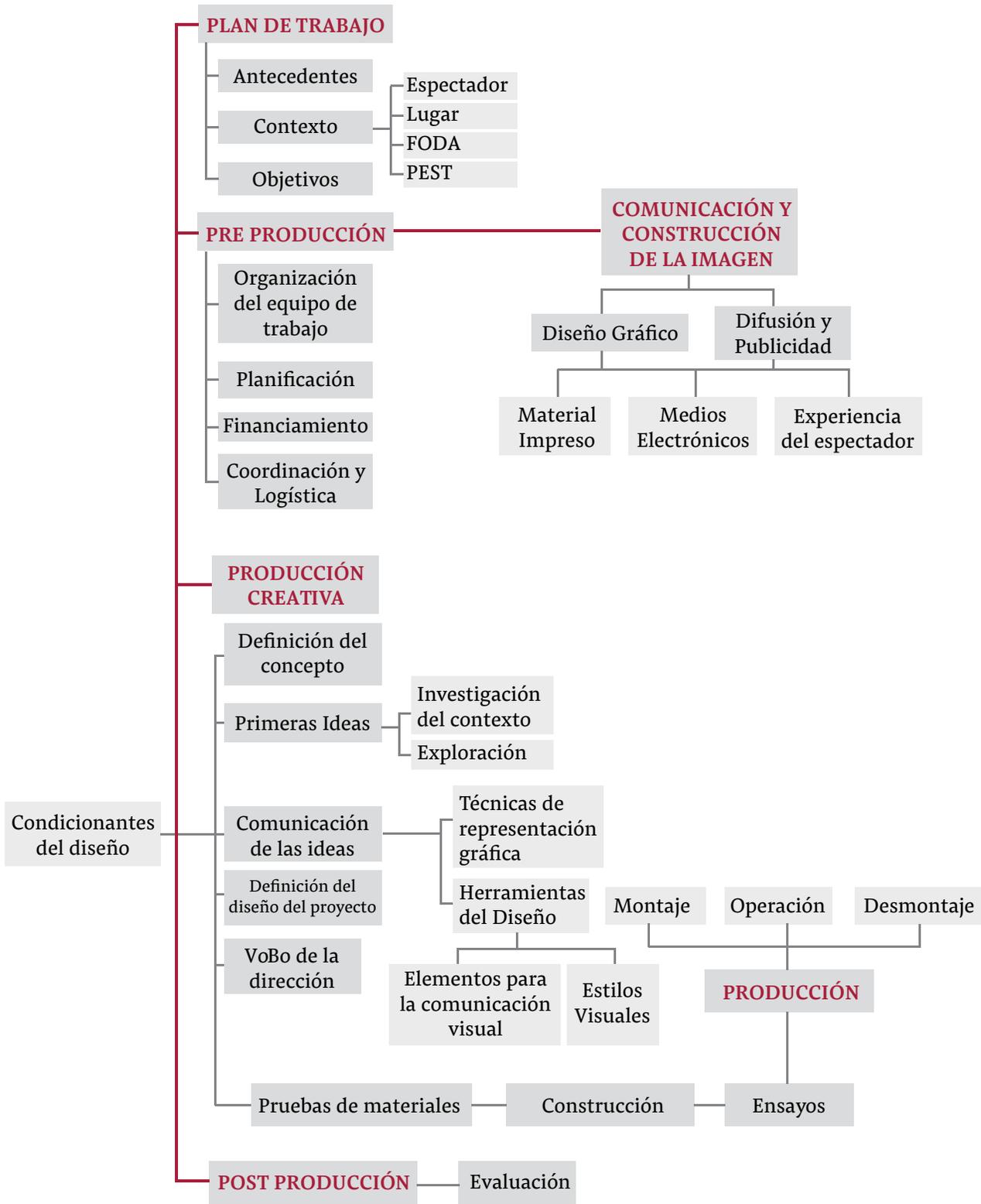


Figura 148: Síntesis de los procesos de producción espectáculos en donde interviene el diseño y la comunicación.



CAPÍTULO III

Análisis de proyectos

Lo expuesto en los capítulos previos se realizó con base en la investigación teórica ansiosa por conocer las aplicaciones del diseño en el desarrollo de una producción escénica. Asimismo se permitió exponer el desarrollo estético en México y posteriormente las bases de la planeación así como los principios gráficos y estéticos en la comunicación visual del proyecto. En el presente capítulo se expone la investigación empírica del tema a través de la participación en tres proyectos correspondientes a distintos niveles de gestión y contexto. Con los siguientes proyectos se busca exponer los niveles de participación del diseñador con base en lo expuesto en el capítulo II; enfocado a la producción creativa y la comunicación y construcción de la imagen. Finalmente los proyectos expuestos servirán para entender la evolución estética actual en relación con las nuevas tecnologías, fruto de la evolución de los espectáculos en el país, a partir del siglo XIX.

Por cada proyecto se presentará inicialmente la ficha informativa que contiene las generalidades del cada evento extraídas de sus carpetas originales, se exponen algunos documentos de gestión y planificación originales, así como fotografías de los resultados. El análisis se centrará en el tema de la investigación por lo que una vez expuestas estas generalidades, se observarán los puntos que integraron éstas áreas, acompañadas por una reseña visual en cada caso.

Finalmente, se realizará la evaluación de las áreas antes mencionadas. La evaluación de la **producción creativa** se fundamenta de acuerdo a las modalidades espaciales definitorias para el diseño de Arturo Nava¹³⁵ en que se analizan por su *función*, por su *adecuación* y así como de la *intención* del diseño. Se evaluarán las generalidades de la **escenografía** y la **iluminación** en caso de contar con ella. Por su parte la evaluación del **contenido multimedia y de ilustración** entrará en otra categoría con parámetros medibles del 1 al 5 (En que el número 1 es malo y el número 5 es muy bueno) según el tipo de evento. En el caso de la **imagen del proyecto**, la evaluación se centrará de acuerdo a la *función*, la *composición* y el *impacto visual*. Se analizará que los medios de difusión cumplan con los objetivos de llegar al público meta, cuáles son los recursos digitales e impresos con los que cuenta el proyecto y si el contenido en la comunicación es útil. Todos los puntos mencionados serán evaluados a través de las observaciones y el análisis que aportarán distintos participantes de cada proyecto, relacionados con el área creativa, de producción y organización, lo que genera una evaluación más completa y enriquecida.

135 Nava, 2016, p.47.



3.1 Concierto Videográfico, *Reinvención* 2014

El Concierto Videográfico, *Reinvención* 2014 es un proyecto que tiene como principal objetivo la introducción de los estudiantes a los espectáculos escénicos a través del diseño y la comunicación visual. En él se destacan actividades de tipo audiovisual, de gestión, escenográfico, producción y de relaciones públicas. Todas las actividades pertenecientes al área creativa y de la imagen del proyecto fueron realizadas por alumnos de la Facultad de Artes y Diseño de la carrera de Diseño y Comunicación Visual, quienes no tenían información previa relacionada con los espectáculos ni conciertos. La dirección de los alumnos estuvo a cargo de la profra. Johanna Blanco en conjunto con su equipo de servicio social PCLEE y con apoyo de la Facultad. La principal obtención de los recursos fueron a través de patrocinios obtenidos por los alumnos así como las aportaciones de ellos mismos. Finalmente el apoyo restante fue proporcionado por la DGACU con apoyo financiado por la UNAM.

3.1.1 Presentación del proyecto

Tipo de evento: Concierto musical audiovisual

Modelo de producción: Evento universitario

PRESENTACIÓN

El Concierto Videográfico, *Reinvención* 2014 es un evento producido por estudiantes de la FAD, que tiene como principal objetivo abrir un espacio para que los integrantes de la comunidad de la escuela puedan presentar su propuesta musical apoyada con proyectos audiovisuales y multimedia creados por alumnos. De esta manera buscamos propiciar la oportunidad de que, en un ambiente de sana diversión y convivencia, se genere una retroalimentación y enriquecimiento de alumnos y egresados.¹³⁶

JUSTIFICACIÓN

Con motivo de la realización del Concierto Videográfico, *Reinvención* 2014, aplicar los conocimientos adquiridos durante la carrera en un evento que fomente la creatividad y el trabajo en equipo, a través de la participación en suceso que involucra un amplio trabajo de diseño, logística, producción y administración muy similares a un evento profesional externo.¹³⁷

¹³⁶ Fragmento obtenido de la carpeta de proyecto del Concierto Videográfico, 2014.

¹³⁷ *Ibid.*

ANTECEDENTES

La primera edición del Concierto Videográfico tuvo origen en 2010 obteniendo respuestas favorables entre los alumnos de la Facultad. Los eventos desarrollados en la FAD, se han llevado a cabo bajo distintos enfoques temáticos ya sea desde pasarelas, conciertos, teatro; hasta festividades tradicionales como posadas y ofrendas; que los alumnos se han visto en la necesidad de enfrentarse a distintos retos que les permitan conocer el proceso de preproducción, producción y postproducción con el fin de llevar a cabo un proyecto real. La edición del 2014 del Concierto Videográfico es la quinta (Figs. 147 y 148)



Figura 147: Concierto Videográfico, 2010.



Figura 148: Concierto Videográfico, 2013.

Finalidad: Incentivar la participación estudiantil a proyectos de producción escénica.

Objetivo del evento: «Promover las capacidades creativas de los alumnos por medio de la unificación de diversos medios artísticos como son: la música, el diseño y los soportes multimedia.»¹³⁸

Lugar: Facultad de Artes y Diseño, UNAM

Dirección: Av. Constitución 600 Col. Barrio La Concha Xochimilco, CDMX.

Fecha: 8 de Mayo de 2014

Duración del evento: 6 horas

ORGANIZACIÓN

En producciones medianas o pequeñas es común observar que algunos de los participantes lleven a cabo más de una tarea como en el caso de este proyecto. Como se menciona en el capítulo anterior, no existe un modelo único a seguir, lo importante no es que la producción se adecue forzosamente a un modelo, por el contrario se busca que el modelo se ajuste a las distintas producciones, en este caso la organización del presente proyecto se llevó a cabo bajo los esquemas proporcionados por la maestra, adecuándolo al modelo actual. A continuación se muestra la organización general del proyecto.

Compañía: PCLEE, Alumnos de las materias de: Dirección de Arte II, Sonido y Música II, RRPP.

Dirección General: Johanna Blanco

Gerencia de Operación: Diego Herrera y Paulina Romero

Producción Ejecutiva y Creativa: Paloma Rivas

Coordinación de Producción: Daniel Fuentes

Administración: Paulina Romero

Productor *Mánager*: David Rivera

Coordinación de Relaciones Públicas: Diego Herrera

Coordinación de Imagen y Difusión: César Cano

¹³⁸ *Ibid.*

Videobandas y Videoambientes: César Cano
Videoapertura: Areli González
Videomemoria: Oliva Delfín
Videocréditos: Daniel Fuentes
Escenografía: Daniel García
Iluminación: Mario López
Performance: Mariana Garduño
Patrocinios: Oliva Delfín
Fotomemoria: Maleny Cedillo

PLANIFICACIÓN

La planificación de este proyecto se realizó aproximadamente con un mes y medio de anticipación; al tratarse de un proyecto escolar las reuniones de producción forzosamente se llevaron a cabo dentro de las clases en la Facultad, por lo que era indispensable llevar a cabo una comunicación constante y concreta fuera de la Facultad, entre los miembros de cada equipo. En este caso se llevó a cabo una planificación general de todas las áreas de producción, sin embargo cada área contaría con una organización interna de acuerdo a las necesidades. A continuación se expone la ruta crítica y el cronograma del proyecto en el que se observan algunas generalidades de las áreas de investigación.

- D. Ruta Crítica (Anexo 7)**
- E. Calendario (Anexo 8)**

FINANCIAMIENTO

El **Concierto Videográfico, Reinvención 2014** se desarrolló a nivel universitario, por lo que la mayoría de los integrantes forman parte de la Facultad, de este modo no existe alguna especie de lucro del proyecto, por lo que ni los miembros del *staff*, o de las bandas participantes del concierto, tendrán alguna compensación económica. Asimismo la proyección financiera se realizará en torno a los recursos aportados por los alumnos de las materias de Sonido y Música II, Dirección de Arte II, Relaciones Públicas I. Además, como parte de las actividades de la materia de Relaciones Públicas, se llevarán a cabo la búsqueda de patrocinadores para concretar acuerdos que apoyen con las necesidades del proyecto. Este es un punto de gran valor durante la planeación del proyecto ya que es un apoyo que el que aporta, calidad y cubre las necesidades indispensables del mismo. Por último, la Universidad a través de la Dirección General de Atención a la Comunidad de la UNAM proporcionó algunos recursos en especie relacionados con el área técnica.

A continuación se presenta el ejercicio financiero en el que se proyectan los gastos reales, sin patrocinio ni apoyo de la universidad, en contraste con los gastos finales de acuerdo a las aportaciones de los alumnos, de los patrocinadores y de la UNAM. **(Anexo 9)**

PRODUCCIÓN

Logística: (Anexo 10)

Producción Creativa: La producción creativa de este proyecto se divide en tres etapas principales, la escenografía del escenario, los audiovisuales y la ambientación de la zona de entrevistas.

La **escenografía** principal del escenario se conforma principalmente de un **camión pantalla** de 6.25×2.41 mts. Patrocinio a cargo de *MP Producciones* destinado para transmitir los **videos** elaborados por los alumnos con el fin de generar ambientación visual al evento. Los *videoambientes* tienen la tarea de reflejar la esencia de cada banda, por su parte las *videobandas* que presentarían a cada banda. Durante el proceso de intercambio de bandas se contó con la transmisión de *videos* de agradecimientos a los *patrocinadores*, mismos que ayudarían a dar difusión a las marcas. Finalmente al concluir el proyecto se presentaría un *video* con los *créditos* de los realizadores. (Figs. 150-155)

Adicional al camión pantalla, se complementó el espacio con **elementos tridimensionales** en la parte escenográfica que vistieran el escenario, al ser un evento al aire libre se deben tomar en cuenta los cambios de iluminación natural en conjunto con la iluminación artificial en el escenario. Se pensó en un revestimiento a los laterales de la pantalla del camión con elementos que remitieran al logotipo del proyecto. Además, en el centro del templete se introdujo una victoria alada similar a la del imago tipo de la imagen del proyecto. (Figs. 156 y 157)

En la **zona de entrevistas**, el equipo responsable, creó una ambientación apegada a la línea de estilo. La ambientación con motivos geométricos triangulares que sobresalían del fondo, estos elementos fueron utilizados en el logotipo del proyecto. Por otro lado, se complementó con pirámides triangulares de papel que sirvieron de *give away* para los integrantes de las bandas. (Figs. 158 y 159)

Figura 149: Banda The Thieves, Concierto Videográfico, *Reinvención*, 2014.



VIDEOS TRANSMITIDOS EN EL CAMIÓN PANTALLA



Figura 150:
Fragmento del video
promocional del
evento



Figura 151:
Fragmento de la
videoapertura.



Figura 152:
Fragmento del
video bandas de
presentación.

Figura 153:
Fragmento de
videoambientes de
la banda Man in
Motion.



Figura 154:
Fragmento de video
de patrocinadores.



Figura 155:
Fragmento de
videocréditos.



ESCENOGRAFÍAS



Figura 156: Construcción y montaje de escenografía para escenario principal.



Figura 157: Escenografía y videoambientes, escenario principal.

ESCENOGRAFÍAS



Figura 158: Construcción y montaje de escenografía para zona de entrevistas.

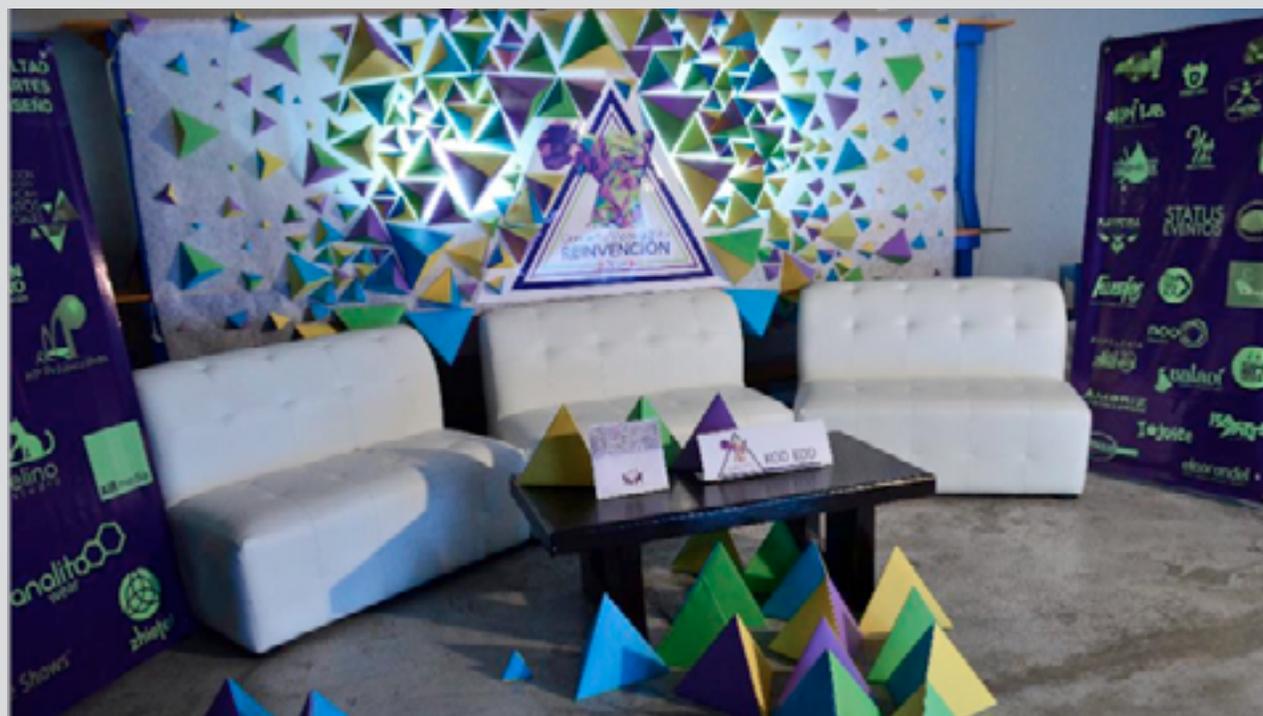


Figura 159: Construcción y montaje de escenografía.

Comunicación e imagen: La imagen del proyecto se realizó con base en el concepto inicial del proyecto. En ediciones anteriores, los conciertos producidos en la Facultad, no contaban con un concepto estético en específico por desarrollar más allá de un proyecto musical. En esta edición la escuela sufría de diversos cambios que convertían a la Escuela Nacional de Artes Plásticas en la Facultad de Artes y Diseño; adicional al cambio de dirección durante la salida del Dr. Manzano y la bienvenida de la Dra. Elizabeth Fuentes. Por otra parte, se buscaría utilizar un espacio distinto a los anteriores, dentro de la misma Facultad con el fin de aumentar el aforo y la dimensión del evento, de este modo se utilizó por primera vez el estacionamiento de la Facultad.

Finalmente para representar esta edición se eligió el concepto de *Reinvención*, con el fin de dar identidad a las próximas ediciones. Debido a los cambios que sufría la escuela ya mencionados, se eligió como imago tipo la imagen la Victoria alada de la Samotracia, ícono de la Academia de San Carlos y de la Facultad como símbolo de identidad, así como el hecho de proyectar la transición y los cambios de la Facultad. Se utilizó un estilo gráfico principalmente geométrico. La gama de los colores elegidos buscó generar una imagen actual y juvenil de la Facultad y del proyecto del Concierto Videográfico. El uso de los colores se eligió de acuerdo a una selección de colores análogos en la gama de colores fríos, conformados principalmente por morado-azulado, verde limón y magenta oscuro, de ellos se derivarán sus matices que conformarán a la Victoria de Samotracia. (Fig. 160)

La comunicación del proyecto se dirigió principalmente a los estudiantes de la Facultad, por lo que se utilizaron distintos medios de difusión como: Publicidad en la gaceta oficial de la Universidad, carteles, lonas, mamparas y volantes difundidos al interior de la Facultad. Difusión en redes sociales a través de la *fan page* del Concierto y en páginas relacionadas con la Universidad. Los obstáculos que se tuvo en algunos de estos casos eran los tiempos de la Facultad en hacer entrega de los materiales impresos acordados, de este modo, en algunos casos se tuvo que recurrir a realizar impresiones extraoficiales solventadas por la tesorería del Concierto así como aportaciones de otros patrocinadores. (Figs. 161-169)

El día evento el *branding* estuvo cubierto principalmente por lonas informativas, banners, mamparas y señalética; estos carteles informativos comunican a los estudiantes de la Facultad las especificaciones generales del proyecto, así como las recomendaciones para los alumnos durante el evento.

Figura 160: Logotipo final.



COLORES PRINCIPALES EN APLICACIONES

	C - 100% M - 95% Y - 10% K - 1%
	C - 28% M - 0% Y - 75% K - 0%
	C - 50% M - 80% Y - 5% K - 0%

NOTA: Se puede hacer uso de cualquier otro color que esté incluido en la samotracia



Figura 161: Guía de estilo para uso de colores en las aplicaciones.

COMUNICACIÓN



Figura 162: Cartel del evento.



Figura 163: Banner para redes sociales.



Figura 00: Flyer informativo del evento.

BRANDING

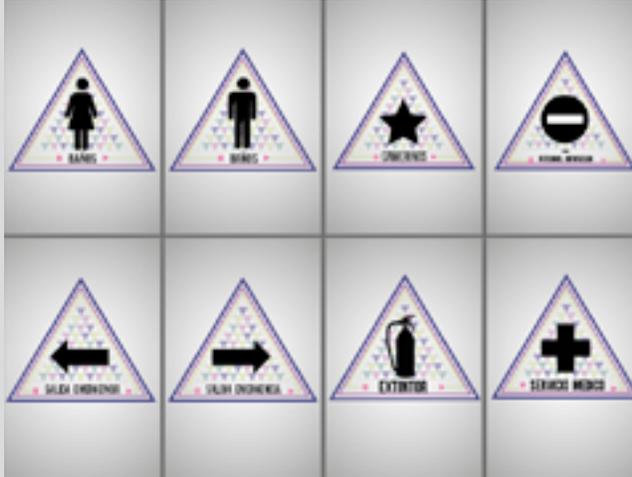


Figura 164: Señalética oficial.



Figura 165: Cartel con el programa del evento.



Figura 166: Cartel informativo del evento.

BRANDING



Figura 167:
Reconocimientos



Figura 168:
Acreditaciones



Figura 169: Diseño original de las playeras del equipo de producción.

3.1.2 Evaluación del proyecto

PRODUCCIÓN CREATIVA

La evaluación de la producción creativa de este proyecto en concreto se concentra en la escenografía del escenario así como la ambientación de la zona de entrevistas, que necesariamente debieron adecuarse a la línea de estilo otorgada al inicio.

Preguntas para su evaluación.

¿En qué medida funcionaba la escenografía y las videoproyecciones al éxito del proyecto?

¿Cómo se resolvió el diseño escenográfico del escenario y de la zona de entrevistas?

¿Cuáles fueron las dificultades y las fortalezas que tuvo la escenografía con la adecuación al espacio?

¿La escenografía cumplió con las características estéticas propuestas bajo la línea de estilo al inicio del proyecto?

¿Cómo fue la calidad de las videoproyecciones?

¿Cómo podría mejorar para las siguientes ediciones?

Por su función: La principal función de la **escenografía** radica en ocultar las zonas en blanco del camión pantalla que afectaban la visión del espectador; como la cabina de pasajeros y la caja de operación. Para ello las mamparas con los objetos triangulares fueron un recurso que se utilizó de manera acertada. Si bien la calidad de la escenografía no fue resuelta con gran calidad, por sus materiales cumple su funcionalidad al hacer atractivo el escenario, tomando en cuenta que no era el objeto central del escenario, pues los protagonistas serían los archivos audiovisuales transmitidos en el camión. Se resolvió exitosamente en tiempos, recursos y capital humano. Se intentó recrear la imagen de la figura de Samotracia y fue un acierto para la pregnancia visual del evento en relación con el logotipo pero no estuvo bien lograda en relación a la calidad de los materiales y los acabados.

Por otro lado, la **zona de entrevistas** por su función estuvo exitosamente lograda, los elementos insertados de fondo a pensar de ser sencillos cumplieron su función al hacer atractivo el espacio, así como la iluminación utilizada que fue un bien recurso, tomando en cuenta que el espacio era complicado, el equipo responsable resolvió adecuadamente.

Por su adecuación: El espacio asignado para el evento fue el estacionamiento de la Facultad, por lo que la adecuación de la **escenografía** no generó problemas con el recinto, asimismo se cumplieron los requerimientos de seguridad que prohibían perforar o atornillar el suelo. Por su parte la Universidad proporcionó los elementos de seguridad necesarios para los asistentes. El hecho de realizar el espectáculo en el estacionamiento benefició el acceso y la operación del camión pantalla. Asimismo la adecuación de la escenografía sobrepuesta al camión pantalla estuvo bien lograda, al ser modular evitó entorpecer la vista general de la

pantalla ubicándola sobre las partes que afectaban la visibilidad.

Para la **zona de entrevistas** el espacio asignado fue el salón interactivo ubicado frente al estacionamiento y hubo que modificarlo por completo para hacer de él un *set* de entrevistas, por su adecuación al lugar fue logrado con éxito. Esta parte consistió en ocultar todos los elementos que no pertenecían al concepto del evento y por otro lado crear un espacio nuevo y acogedor para recibir a las bandas.

Por su intención: Ambos espacios, tanto el **escenario** como la **zona de entrevistas** lograron captar visualmente el trabajo plástico realizado bajo la línea de estilo otorgada. Finalmente el resultado estético fue favorable. Como observación, los colores utilizados en la escenografía principal no cumplían con la gama de colores proporcionada, ya que los colores eran mayormente estridentes. Asimismo pudieron haber apostado por algo más interesante ya que era funcional pero no realmente propositiva.

Conforme a las encuestas de evaluación del trabajo audiovisual se realizó una encuesta en la que el número «1» resultaba ser muy malo y el número «5», muy bueno. Finalmente los resultados se promediaron y dio como resultado el siguiente cuadro:

CONTENIDO MULTIMEDIA	RITMO	RELACIÓN CON EL ESTILO VISUAL	CALIDAD VISUAL Y COMPOSITIVA	CONTENIDO
VIDEO APERTURA	Regular	Muy bueno	Bueno	Bueno
VIDEO BANDAS	Bueno	Muy bueno	Regular	Muy bueno
VIDEO PATROCINIOS	Bueno	Muy bueno	Bueno	Muy bueno
VIDEO AMBIENTES	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno

Observaciones para las siguientes ediciones: En relación a la escenografía y la zona de entrevistas es necesario mejorar la calidad de los detalles de construcción. En los dos casos, la construcción se realizó durante el montaje por que la calidad de ambos espacios quedó comprometida, realizándose con mayor rapidez que cualidad. Asimismo se recomienda mejorar en la propuesta estética y escénica de las próximas ediciones.

COMUNICACIÓN E IMAGEN

Preguntas para su evaluación.

- ¿Cuál era el objetivo que deseaba comunicar la imagen del proyecto?
- ¿Cómo fue el resultado compositivo del logotipo?
- ¿En qué medida impactó y generó pregnancia la imagen del evento?

Por su función: La función de la imagen sería reflejar una nueva imagen de la Facultad apegada al concepto de renovación y de cambio. Faltó funcionalidad en sus aplicaciones impresas.

Por su composición: Por su composición, la palabra «Concierto» tiene muy poco peso visual. En algunas zonas no se comprendía la forma si el receptor desconocía la silueta de la Victoria de Samotracia. La tipografía era legible, quizá un poco sobrecargada, se recomienda hacer una composición tipográfica más interesante.

Por su impacto visual: El logotipo es llamativo por su paleta de colores que si bien es compleja la forma, el público dirigido tenía los conocimientos necesarios para su entendimiento. Por otro lado, el logotipo tenía pregnancia asimismo en el público, lo que fue un acierto utilizar la imagen de la Samotracia.

DIFUSIÓN	MEDIOS IMPRESOS	MEDIOS ELECTRÓNICOS
TIPO	Carteles, Lonas, Volantes, Gaceta UNAM.	Facebook.
CONTENIDO	Muy bueno	Muy bueno
PÚBLICO META	Bueno	Bueno
RELACIÓN DEL ESTILO VISUAL	Muy bueno	Muy bueno

Observaciones: La combinación de la tipografía en el logotipo, pudo ser más acertado y tener mayor fuerza en el nombre del proyecto.





3.2 Las siete Bellas Artes para Niños, *Mussi y la Máquina del Tiempo*.

M*ussi y la Máquina del Tiempo* (MyMT), pertenece a una de la serie de ciclos para niños que tiene como objetivo dar a conocer **Las Siete Bellas Artes Para Niños**. Este proyecto tuvo inicio a través del director de la obra Santiago Alonso con el apoyo de Fundación UNAM, quienes en conjunto se encargaron de dar vida a este ciclo de obras teatrales para niños. El desarrollo creativo de MyMT se realizó a través de la visión de Santiago, quien tiene una amplia trayectoria en el teatro y construcción de títeres. Se destaca este proyecto por la participación de alumnos de la Facultad de Artes y Diseño tanto en el proceso creativo y de construcción como *props* y de escenografía. Poco a poco con el crecimiento del proyecto se han sumado alumnos egresados de la Facultad formando parte del equipo de trabajo de diseño, construcción, así como de la parte técnica y de montaje.

3.2.1 Presentación del proyecto

Tipo de evento: Obra de teatro infantil. Teatro de títeres y actores.

Modelo de producción: Espectáculo profesional con fines comerciales.

PRESENTACIÓN

Las Siete Bellas Artes para Niños, *Mussi y la Máquina del Tiempo* es un proyecto educativo basado en el entretenimiento a través del teatro de títere y actor. La puesta en escena emplea diferentes tipos de técnicas para contarnos una historia de peligro, aventura y amistad protagonizada por entrañables personajes buenos y malos que lucharán para destruir o salvar el arte y a sus creadores. A lo largo de 4 obras de teatro, emoción, muchas risas y un poco de sufrimiento, nos ayudarán a introducir a los niños en el maravilloso mundo de Las Bellas Artes.¹³⁹

JUSTIFICACIÓN

Las Siete Bellas Artes para Niños viaja a la esencia misma de cada disciplina artística y hace de ella la preciada joya que desatará el conflicto. *Mussi y la Máquina del Tiempo* (MyMT) es el punto de lanza de 7BAPN y tiene como objetivo acercar a los niños al arte a través del teatro de títere y actor.¹⁴⁰

139 Fragmento obtenido de la carpeta de proyecto de Las Siete Bellas Artes para Niños, 2014–2016.

140 *Ibid.*

ANTECEDENTES

Los antecedentes del proyecto, se remontan a los intereses profesionales del director Santiago Alonso, diector del proyecto quien cuenta con una amplia trayectoria en el medio titiritero y artístico.

Inició su carrera independiente fundando ANIMARTE, produciendo TV infantil y para todo publico en Canal 22, Televisa y TV Azteca. Fue pionero en el uso de títeres bocones en DIRECTV Latinoamérica (1997), así como en la producción de programas webcast para adolescentes y adultos ZoomTV (Argos Comunicación – Grupo Carso, 2001). En 2004, llega a Galicia, España con 14 años de experiencia, un portafolio digital y con algunos de su personajes, entre ellos, el Gallo Cecilio, que entró a formar parte del programa Supermartes (TVG). En 2005, funda Galitoon, productora de teatro, TV y espectáculos en España. En el 2014, funda Dagon, *Arte en movimiento*, empresa productora de los proyectos que alberga el programa cultural Las Siete Bellas Artes para Niños enfocado en la cultura para niños de los cuales sobresalen las obras de teatro *Mussi y la máquina del tiempo* (2014), *Mussi y la máquina del tiempo II* (2016) y *Sopita de letras* (2016).



Figura 171: Santiago Alonso y su equipo de *puppets*.

Finalidad: Realizar un proyecto profesional enfocado al público infantil, elaborado por estudiantes de la UNAM.

Objetivos generales:

- Recaudar recursos que apoyen la labor de Fundación UNAM para becar a estudiantes de la UNAM.
- Dar a estudiantes universitarios de la UNAM un espacio dónde poner en práctica sus conocimientos de manera profesional, bajo la dirección de expertos en el campo.
- Crear alianzas entre facultades que permitan la interacción de diferentes disciplinas trabajando por un fin común.
- Colaboración de profesionales y estudiantes que permitan un aprendizaje y retroalimentación bilateral.

Objetivos particulares:

- Introducir a los niños en el mundo de las bellas artes por medio de nuestros personajes.
- Exponer a los principales representantes del arte y sus obras.
- Enseñar a los niños el valor del arte y su influencia positiva en el ser humano.
- Reunir a la familia a compartir una experiencia interactiva a través de las artes escénicas.

Lugar: Foro Cultural Coyoacanense *Hugo Argüelles*

Dirección: Ignacio Allende 36 Col. Del Carmen, CP 04100 Coyoacán, CDMX, México

Fecha: 15, 22 y 29 de marzo, 5, 11, 12, 18 de julio

Duración del evento: 90 min

ORGANIZACIÓN

Fundación UNAM integró como parte de su equipo de producción a la empresa Dagon, para la creación y producción de sus obras infantiles.

Dagon es una empresa especializada en la construcción y animación de conceptos y personajes. Dentro del equipo trabajan especialistas en el diseño conceptual, desarrollo, producción y dirección de proyectos de comunicación, publicidad y entretenimiento en cualquier medio: teatro, televisión, internet, espectáculos en vivo, talleres, dinámicas y eventos en general en México, Europa y Estados Unidos.

Los integrantes que conforman Dagon reúnen una amplia experiencia en el ámbito cultural, educativo y de entretenimiento con proyectos tales como Plaza Sésamo (Sesame Street), la Madriguera del Conocimiento, Cousiñas, Teletubies, Botazz *el swing del jazz*, Golulá, Tutu el canguro, entre otros.

Guionista: Alejandro Rubio

Dirección general: Santiago Alonso

Dirección de producción: Johanna Blanco

Producción ejecutiva: Diego Herrera

Asistencia de dirección: Diego Herrera

Productor creativo: Santiago Alonso

Productor: Luis Ángel Vázquez

Diseño de iluminación: Mario López

Música: Alejandro Rubio

Diseño gráfico: Jessica Muñoz

Coordinador de obra: Diego Herrera

Jefe de montaje: Luis Vázquez

Técnico de audio y microfoneo: Daniel García

Técnico de iluminación y video: Paloma Rivas y Areli González

Compañía: Las Siete Bellas Artes para Niños de Fundación UNAM y Dagon.

PLANIFICACIÓN

La planificación del proyecto ha superado distintas etapas, desde la construcción que se llevó a cabo con la ayuda de los alumnos de la Facultad de Artes y Diseño guiados por los profesionales en la materia. Este proceso tuvo una duración aproximada de tres meses a partir de Mayo de 2014.

Las fases de construcción del proyecto se divide en:

- Proceso de experimentación y conocimiento de materiales
- Taller de creación de personajes, escenografía y utilería
- Construcción y desarrollo creativo
- Prueba y error
- Acabados
- Puesta en Escena

Por otro lado, el proceso de planeación para su estreno requirió de mayor tiempo, ya que necesita de la sincronización de todas las partes del proceso, como música, actores, iluminación, *atrezzo*, entre otros. A continuación la ruta crítica de esta etapa. (**Anexo 11**)

FINANCIAMIENTO

Mussi y la máquina del tiempo forma parte de los proyectos pertenecientes a Fundación UNAM, por lo que todo el proceso de financiamiento ha sido cubierto por dicha institución. Una vez cubierto el costo principal de la obra, enfocado en la producción creativa y en la adquisición del equipo técnico de audio e iluminación; los demás gastos corrientes serán utilizados para el mantenimiento, el personal fijo y personal de staff contratado por presentación. A continuación el presupuesto general del proyecto.

PRODUCCIÓN

Producción Creativa: La producción creativa de este proyecto abarca desde la creación de los títeres, *muppets*, máscaras, la construcción de la escenografía, *atrezzo* y diseño de iluminación. La división de estilos de la obra se divide en tres planos distintos representados por tres dimensiones a lo largo de la historia, cada una de ellas cuenta con un desarrollo particular en el manejo de las escalas y el uso de los materiales. La primera parte lo integran los *puppets*, quienes tienen aparición en la mayor parte de la obra, fabricados con alma de hule espuma y otros componentes, con un terminado en fieltro y detalles de plástico. En otra parte de la historia, los personajes y la ambientación de la obra se vuelcan en una dimensión plana, el escenario se transforma en un objeto de dos dimensiones. En este momento de la historia, el *atrezzo* tiene una participación interesante, se representan los personajes con títeres de madera planos pintados con pintura acrílica, en esta dimensión los personajes tienen la escala más pequeña en la obra, lo que genera la apariencia de lejanía de los personajes en la isóptica del espectador. (Figs. 172 y 173)

Por último, la etapa de la obra en la que los actores tienen presencia en escena como actores y no como titiriteros se caracteriza por vestirse con el estilo de los personajes de la historia, esta vez llevado a al plano actoral, ya no como parte de los *puppets* con el estilo de las dos dimensiones anteriores, en este plano el efecto que se genera es el de cercanía de los personajes. Es en este momento en donde hacen su aparición algunos los *muppets* de tamaño real, así como el uso de máscaras y pelucas. A través de estas tres etapas es en donde participa la mayor parte de la producción creativa.

Uno de los elementos protagonistas de este proyecto lo conforman los títeres, quienes se convertirían en la imagen principal de la obra por lo que su construcción debe ser cuidadosa, sobre todo en los acabados. Estos elementos deben de ser fabricados con la ayuda de un profesional especialista en el equipo, pues tiene conocimientos del armado, del funcionamiento y de los acabados de títeres, *muppets* y *puppets*. Entre los títeres que forman parte del reparto los dos principales son: Mussi y Brije. El estilo de Mussi, la musa es más bien infantil más parecida a un hada, la paleta de colores es rosa con amarillo. Por otro lado se encuentra Brije, el alebrije, su estilo es mucho más libre tanto en el uso de los colores y de las texturas. En su acabado se rescata gran parte del estilo *naif*, sus colores varían entre el blanco, negro, azul, verde, amarillo y rosa. (Figs. 175 y 176)

Por otro lado, los elementos de vestuario y caracterización son de dos tipos; el de las máscaras y pelucas que forman parte de la caracterización de los personajes, éstos son utilizados por los actores. Para su fabricación es necesaria la realización de pruebas y medidas de los actores que los utilizarán. Asimismo los *muppets* serán personajes de mayor tamaño que son manejados por los mismos actores, a diferencia de los títeres; los *muppets* tienen una dimensión mayor y el manejo del personaje involucra todo el cuerpo de los actores por lo que el peso de los personajes debe ser tomado en cuenta al momento de la construcción para un manejo más cómodo. (Figs. 176 y 177)

El último punto a tomar en cuenta es la escenografía, la utilería y los *props* diseñados, el terminado fue realizado con un estilo *steampunk*. La escenografía está conformada por tres módulos que juntos conforman una máquina del tiempo. Cada elemento en ella tiene una función específica durante la obra, ventanas, luces, botones, pantallas, puertas y todo lo necesario para que los actores interactúen en el espacio escénico. El módulo principal se conforma por una cúpula que contiene el mayor número de funcionamientos adecuados a ella y los laterales forman parte de las puertas de la máquina. El diseño de esta escenografía es auto sostenible y es posible adecuarse a cualquier panorama, escenario y espacio mientras cubra las medidas mínimas para su montaje; su diseño y construcción también facilita el trabajo de titiriteros y tramoyistas, al contar con los elementos necesarios para su manipulación.

El *atrezzo* conserva el mismo estilo *steampunk* de la escenografía, sus acabados deben ser finos y funcionales. Por otro lado es importante tomar en cuenta la durabilidad al momento de elegir los materiales ya que en especial esta escenografía no permanece todo el tiempo en el mismo lugar. La lista de *props* y utilería es larga y va desde un instructivo para utilizar la máquina del tiempo, costal, instrumentos musicales, manerales, mapas, entre otros. (Fig. 174)



Figura 172: Máquina del tiempo.

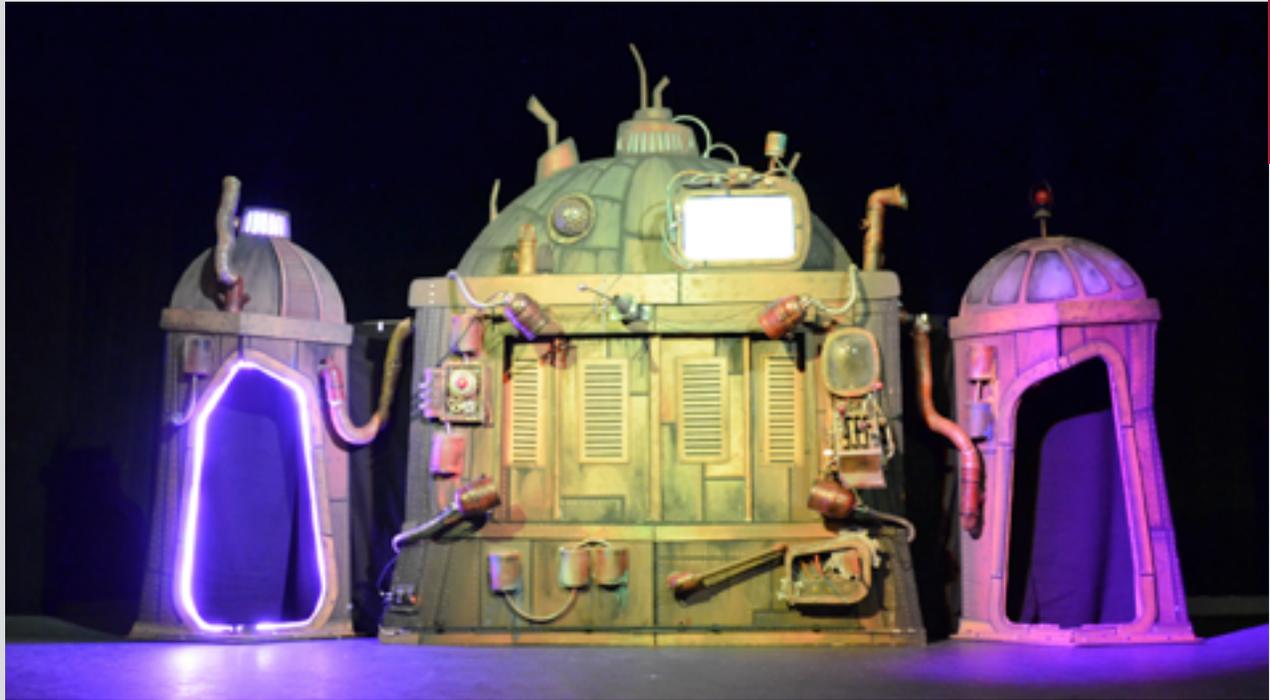


Figura 173: Máquina del tiempo.



Figura 174: Elementos del *atrezzo* utilizados en escena.

PUPPETS



Figura 175: *Puppets* principales de *Brije*, el alebrije y *Mussi*, la musa.



Figura 176: Proceso de construcción del *puppet* de *Mussi*.



Figura 177: Proceso de construcción del *puppet* de Brije.



Figura 178: Construcción de máscara y peluca de los personajes para uso de los actores.

Comunicación e imagen: El logotipo de *Mussi y la Máquina del Tiempo* se mantiene en una línea tecnológica antigua, mayormente rígida haciendo uso de una tipografía de tipo *serif* con patines. La gama de colores del logotipo es complementaria utilizando principalmente los colores verdes y rojos.

La imagen por su parte se ha enfocado mantener una combinación del estilo *steampunk* en conjunto con el estilo de Brije el alebrije quien contiene en sus acabados una serie de texturas y colores interesantes que dan paso a la creación de una imagen comunicativa muy vistosa especialmente para el público infantil. Además, permite aprovechar el uso de elementos musicales y de la obra como la máquina del tiempo y de imágenes de acuerdo con su línea de estilo. Al contar con esta serie de elementos tan recargados es necesario dar espacio haciendo uso de elementos más planos y colores suaves en los medios de información digitales e impresos. (Figs. 180–185)



Figura 179: Primera temporada de *Mussi y la Máquina del Tiempo*, Palacio de Medicina, UNAM, 2014.



Figura 180: Cartel del evento.



Figura 181: Banner del evento.

COMUNICACIÓN E IMAGEN

Figura 182: Imagen de redes sociales.



Figura 183: Acreditaciones del personal de *staff* y producción.

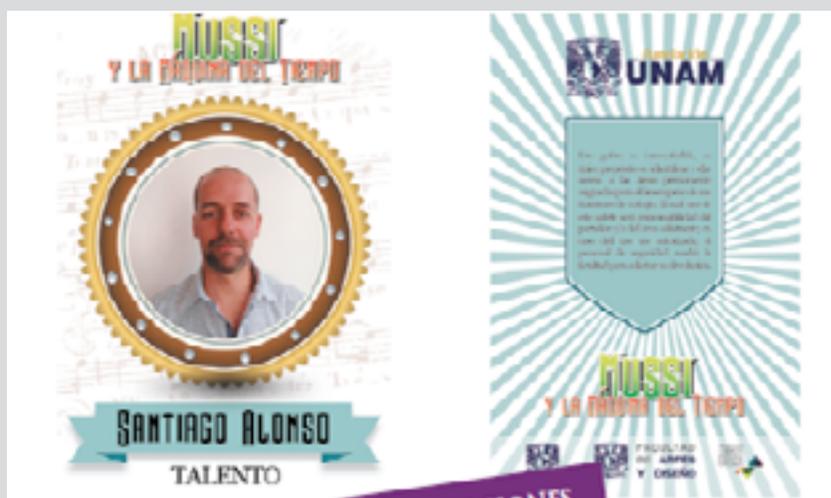


Figura 184: Uniforme del personal de *staff*.





Figura 185: Programa de mano en tríplico, frente y vuelta.

3.2.2 Evaluación del proyecto

Como se mencionó al inicio del capítulo, la evaluación del proyecto será a partir de los principios de Nava, tomando en cuenta a la producción creativa y a la comunicación e imagen. En el caso de la producción creativa de este proyecto se tomará en cuenta su *función*, su *adecuación* y su *intención*. En el caso de la comunicación e imagen se tomará en cuenta su *función*, su *composición e impacto* visual. Finalmente aparecerá un cuadro con las características de los soportes de difusión e imagen.

PRODUCCIÓN CREATIVA

La producción creativa de *Mussi y la Máquina del Tiempo* se enfoca principalmente en la máquina del tiempo, los títeres y los elementos del *atrezzo* (el instructivo los instrumentos, entre otros).

Preguntas para su evaluación.

¿En qué medida la escenografía ayudó al equipo de *staff* y a los actores para su funcionamiento?

¿Cuáles son las características principales de funcionamiento de la escenografía?

¿Cuáles fueron las dificultades y las fortalezas que tuvo la escenografía en relación a su adecuación al espacio?

¿La escenografía cumplió con las características estéticas propuestas bajo la línea de estilo al inicio del proyecto?

¿Cómo podría mejorar para las siguientes ediciones?

Por su función: Una de las características más plausibles de la escenografía de este proyecto es su funcionalidad. Todos los elementos que se integraron en ella fueron pensados para funcionar dentro de la trama en interacción con los actores y personajes. Además, la escenografía cumple con distintas funciones a nivel teatral; la primera es la de simular una máquina del tiempo con todos los elementos que ésta requiere durante la trama. Por otro lado los laterales de la máquina funcionan como piernas del escenario, en caso de no contar con ellas en el teatro o en algún otro espacio público. Por la trama de la obra, algunas escenas ocurren frente a la escenografía y en otro momento ésta permite realizar teatro de títeres detrás de ella. Finalmente en caso de realizarse en espacios que no cuenten con camerinos, ésta escenografía funciona de igual manera como *backstage* tanto para tramoyistas como para actores.

Por su adecuación: Otra de las grandes fortalezas de esta escenografía es su capacidad de adecuación en los espacios escénicos. Todos sus mecanismos fueron pensados para lograr adecuarse tanto en teatros, plazas públicas y foros. Durante la evolución del proyecto, se tomaron en cuenta los arreglos pertinentes de seguridad como, pesos y contrapesos por el viento para espacios

abiertos. La escenografía fue diseñada para que cada elemento fuese desmontable de la estructura y pueda entrar a través de una puerta de medida estándar. Para presentarse en cualquier espacio bajo un *scouting* previo, únicamente se necesitan de las medidas mínimas necesarias para su montaje. El grado de practicidad que tiene es tal, que todas sus piezas armables logran su montaje en tiempos muy cómodos para el equipo de producción.

Por su intención: Tanto la escenografía como los elementos del *atrezzo* fueron diseñados en una estética de tipo *stempunk*, buscando que los elementos tuvieran un aspecto de abandono industrial, la utilería sirvió para reforzar esta estética. Por otro lado, los elementos que conforman el estilo del personaje de Brije están logrados acorde con la intención estética del alebrije en un estilo *naif* de gran colorido. Cada elemento visual en escena enriquece a la trama y fluye con ella. Estéticamente están bien logrados puesto que cumplen con el impacto visual que se espera en relación con la respuesta del público.

Observaciones adicionales: Como puntos adicionales se recomienda hacer una mejora en el vestuario y en la iluminación del teatrino. El mantenimiento constante en cada elemento es fundamental ya que todos son constantemente utilizados en la obra y el desgaste es constante. En el caso de la escenografía hubiese sido más conveniente realizarla desde el inicio con materiales más resistentes.

COMUNICACIÓN E IMAGEN

Se enfoca en los medios impresos y digitales utilizados durante el proyecto, así como el logotipo y sus aplicaciones.

Preguntas para su evaluación.

- ¿Cuál era el objetivo que deseaba comunicar la imagen del proyecto?
- ¿Cómo fue el resultado compositivo del logotipo?
- ¿En qué medida impactó al público dirigido?
- ¿En qué medida se apegó al estilo en medios de difusión digitales e impresos?

Por su función: El logotipo fue realizado conforme a la línea del estilo *steampunk* haciendo uso de una tipografía de gran peso, con patines. Su función enfocada al público meta se logra tanto para los niños como para adultos, por otro lado al ser un producto para público infantil no es el más llamativo por su gran peso visual y resulta contener demasiada información. Se utilizó una combinación de colores degradados entre verde y rojo, que bien podrían mejorar.

Por su composición: La composición del logotipo resulta ser simple con el objetivo de jerarquizar la información de manera legible, si bien podría mejorar, está correctamente aplicada. Por

otro lado conviene contemplar la composición de los elementos en los medios de promoción y comunicación, los cuales contienen elementos con los personajes de la obra que ayudarán a reforzar la estética y la composición.

Por su impacto visual: El impacto visual del logotipo radica en su adecuación al concepto *steampunk* por lo que cumple con su justificación estética. En cuanto al uso de los colores, su combinación podría ser más acertada. Si se toma en cuenta el logotipo de manera individual, fuera de los elementos que lo acompañan, su impacto es pobre, por lo que se recurre al uso de elementos adicionales y para acompañarlo en la papelería, impresos y soportes para medios de comunicación.

DIFUSIÓN	MEDIOS IMPRESOS	MEDIOS ELECTRÓNICOS
TIPO	Banners, lonas, , programas de mano, postales, carteles, flyers	Redes sociales, página de internet
CONTENIDO	El contenido de la información es adecuado, pero no excelente	El contenido de la información mejor que en los impresos, pero no excelente
PÚBLICO META	Actualmente el enfoque está apegado al público meta	Actualmente el enfoque está apegado al público meta
RELACIÓN DEL ESTILO VISUAL	Se apega en una parte, pero no completamente al estilo visual de la obra.	Se apega en una parte, pero no completamente al estilo visual de la obra.

Observaciones adicionales: La imagen ha evolucionado desde su inicio y ha mejorado conforme la evolución del proyecto. Se trabajaron aspectos para dar fuerza con los elementos de los personajes y ser un atractivo para el público infantil. Además el uso de los colores gradualmente refrescaron la comunicación del proyecto. El punto débil en la comunicación de la obra es la saturación de la información ya que en imágenes de formato muy reducido dificulta la lectura. Asimismo el proyecto podría mejorar en temas de promoción y difusión debido a la poca información que existe del proyecto.



3.3 Torcarium

Torcarium es un proyecto organizado talentos mexicanos, expertos bailarines y músicos de talla profesional. La idea principal de Torcarium es la de crear un espectáculo multidisciplinario que conjunte disciplinas tanto de danza, teatro, música de cámara, artes plásticas y videoartes por medio del *videomapping*. La dirección y la producción del proyecto se caracterizan por la realización de eventos de alto nivel profesional, por otro lado la participación de alumnos de la FAD en el área creativa y de diseño generó resultados que conviene analizar. Lamentablemente este proyecto no se desarrolló más allá de una presentación piloto debido a la falta de recursos para su producción. Al inicio de una producción desde cero como esta, se requiere de un capital de gran peso, que sólo puede realizarse por medio de inversionistas que puedan sostener económicamente un proyecto similar.

3.3.1 Presentación del proyecto

Tipo de evento: Espectáculo musical con orquesta en vivo, danza, teatro y producción audiovisual.

Modelo de producción: Espectáculo profesional con fines comerciales.

PRESENTACIÓN

Espectáculo con un género musical y cinematográfico que se caracteriza por la interpretación mediante un grupo de músicos, cantantes, bailarines y actores, las escenas de melodías inolvidables y obras maestras que ha dado el cine acompañadas, de una elaborada coreografía que alcanza uno de sus máximos exponentes en *Torcarium*.

(..) Con una Obertura magistral que presenta a los actores y nuestros instrumentos llevados poco a poco por la luz y el toque de unas manos que nos van abriendo hasta presentar a la orquesta. Para seguir con un tema clásico donde se conjuga la animación y la música clásica para abrir la curiosidad y la espera, sumamos efectos de audio, la sala se convierte en un escenario que truena el polvo ... la guerra y la historia. El corazón del espectador aquí nos pertenece. Buscamos que la gente ría, lllore y recuerde a través de varias historias.

Gracias a todo el público por escucharnos mientras nos veían, por reír mientras algunos lloraban, por recordar cuando otros conocimos una historia nueva y por conquistar en una caja sonora al mundo infinito del cine. Para despedirnos les entregamos lo que somos y de donde venimos: ¡México!¹⁴¹

141 Fragmento obtenido de la carpeta de producción de *Torcarium*.

JUSTIFICACIÓN

Un proyecto de inversión con una visión de cultura, una puesta escénica que mezcla a una orquesta, en escenario con bailarines, efectos especiales, *mapping*, actores y un diseño de vestuario mezclado con la escenografía. El *mapping* que nosotros tendremos se realizará sobre la escenografía, creando un efecto tridimensional artístico basado en los movimientos que crea la animación sobre dicha superficie. De esta forma se permite una interacción con el público y se crea una relación entre el arte, la tecnología y la sociedad. Es importante mencionar que este espectáculo no es un teatro musical ni una ópera, ni tampoco un ballet, es un espectáculo que conjunta a las Bellas Artes en su máximo esplendor.¹⁴²



Figura 187: Presentación piloto de *Torcarium*, 2016.

ANTECEDENTES

El origen de *Torcarium* tiene como antecedentes los *soundtracks* de las películas, y distintos eventos con orquesta en vivo. Inspirado en ellos se pensó en crear un espectáculo con video-proyecciones con fragmentos de las películas de distintos géneros, en conjunto con las artes escénicas, teatro y danza, musicalizado por medio de una orquesta que salga de la obscuridad del escenario y que viva el drama en conjunto con actores y bailarines. La característica principal de *Torcarium* es hacer un punto de encuentro entre las distintas disciplinas artísticas y formar un espectáculo de calidad. Existen numerosos espectáculos de proyecciones de películas musicalizados con orquesta en vivo, la diferencia de *Torcarium* es que todo habitante del escenario forma parte del espectáculo y por lo tanto todos son dadores de vida del discurso escénico.

Finalidad: Producir un espectáculo musical de cine con orquesta en vivo, teatro y danza.

¹⁴² *Ibid.*

Objetivo del evento:

El cine a lo largo de su historia ha evolucionado en diversos sectores, uno de ellos es la música la cual nunca ha perdido de vista su objetivo principal, generar emociones. La música tiene un papel clave ya que con ella el espectador podrá emocionarse y conmoverse a lo largo de la historia. La música en gran parte de sus casos ha logrado formar un sello característico de cada director, película o género. En este espectáculo tenemos con objetivo generar sintonía entre el espectador y el show en el cual las emociones se revivan o se conmuevan al espectador de cualquier edad y que en conjunto con la música y los elementos escénicos en sintonía con el espectador reviva la historia y aquellos que no la conozcan se sientan parte de ella.¹⁴³

Lugar: Conservatorio Nacional de Música

Dirección: Av. Pdte. Masaryk 582, Polanco, Miguel Hidalgo, 11560 Ciudad de México, CDMX

Fecha: 8 de Octubre 2016

Duración del evento: 2 horas

ORGANIZACIÓN

La orquesta de *Torcarium* se compone de un gran talento mexicano, varios de ellos han sido ganadores de diferentes concursos efectuados en la Ciudad de México, algunos ya cuentan con una basta experiencia en lo que se refiere a la música sinfónica camarística y de ópera. Varios de ellos han participado en diferentes agrupaciones de música de jazz. Finalmente el perfil predominante de nuestro grupo es que continúan sus estudios y al mismo tiempo todos cada uno de ellos se siguen especializando en cursos y clases magisteriales en los que día con día obtienen un mayor conocimiento académico y profesional. La dirección de *Torcarium* ha participado en la coordinación de diversos eventos culturales para fundación UNAM, obras de teatro, musicales, eventos internacionales como la F1, con más de 20 años de experiencia, ha participado en la coordinación de hoy no me puedo levantar, 500 conciertos a nivel cultural y artístico 120 proyectos culturales a nivel universitario, megaofrenda. Además, nuestra dirección se enorgullece por haber realizado negociaciones a nivel internacional y diversos eventos internacionales a nivel deportivo y cultural, siendo parte también de proyectos importantes participando al lado de personalidades como Fillipa Giordano en México.¹⁴⁴

Compañía: Smart

Productor: Enrique Ferré

Dirección y producción escénica: Johanna Blanco

Director de orquesta: Juan Bosco Carrero

Producción ejecutiva: Luis Ángel Vázquez

Gerencia de producción y administración: Paloma Rivas

Producción creativa: Paloma Rivas

Jefe de orquesta: Juan Bosco

Jefe de iluminación y audio: Mario López

Animación: César Cano

Ilustración: Rogelio Hernández y Pa' Llevar

Diseño: Iván Olea, Said Dzul

Vestuario: Claudia Cruz

Arreglos musicales: Luis Ángel Pimienta

¹⁴³ *Ibid.*

¹⁴⁴ *Ibid.*



PLANIFICACIÓN

La planeación de este proyecto tuvo una duración aproximada de tres meses y medio partiendo desde cero, se llevó a cabo la búsqueda de diecisiete miembros de la orquesta, además del equipo creativo así como la búsqueda del talento escénico indicado. A partir de que las primeras bases se definieron, entonces se comenzaron a crear los formatos de planificación hasta el día de la presentación piloto del proyecto a medios de comunicación. Por otro lado, para el proceso de planificación del proyecto aún todavía faltaba un largo camino por recorrer para materializarlo como se planeó en un inicio. A continuación se expone la ruta crítica y calendario del proyecto.

(Anexos 12 y 13)

FINANCIAMIENTO

El financiamiento inicial de *Torcarium* se realizó con los recursos que cada integrante del *staff* pudo aportar de acuerdo a las necesidades propias. Se realizó un presupuesto de luces y de material técnico con los elementos para sostener el proyecto. En el momento de detener el proyecto se continuaban las investigaciones sobre si rentar o comprar el equipo propio, tomando en cuenta las distintas sedes acordadas para presentarse. Por otro lado, se creó una proyección de costos para presentación de show para un solo día o por temporada, tomando en cuenta el equipo de audio e iluminación propio o en renta. **(Anexo 14)**

PRODUCCIÓN

Producción Creativa: La producción creativa se concentra principalmente en una serie de ilustraciones y videos que contienen animaciones digitales de ilustraciones originales del equipo creativo. Los videos se realizarán por medio de la proyección del *videomapping* sobre una estructura en la que interactuarían los actores junto con el *videomapping*. La estructura cuenta con dos rampas de cada lado para el acceso de los actores y bailarines, debe cumplir con distintas funciones como, ser un soporte de proyección para el *videomapping*, ser una plataforma extra para los actores y bailarines, contar con las medidas de seguridad necesarias, entre otros. Asimismo será de utilidad para el personal de tramoya para el resguardo de elementos del *atrezzo* que se utilicen durante el espectáculo. (Figs. 188–195)

Se realizarán una serie de ilustraciones animadas en estilo *matte painting* en algunos casos y en otros bajo una línea de *sketching* de acuerdo a la película bajo el guión asignado para cada estilo visual. Asimismo deberán apegarse a la paleta de colores asignada según la psicología emocional de cada largometraje.

ESCENOGRAFÍA

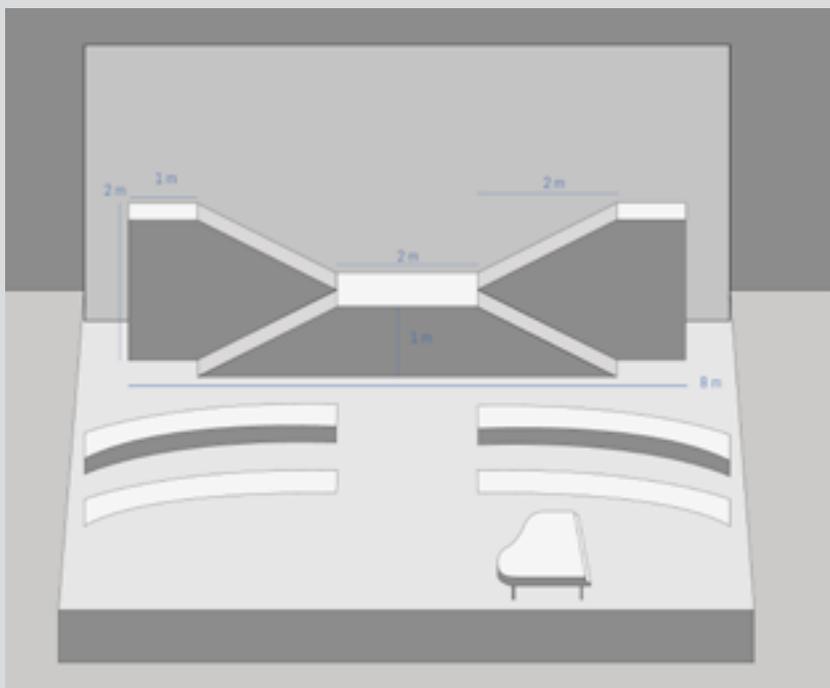


Figura 188: Boceto digital de la estructura escenográfica para proyección de *videomapping* con medidas generales y acomodo de la orquesta.

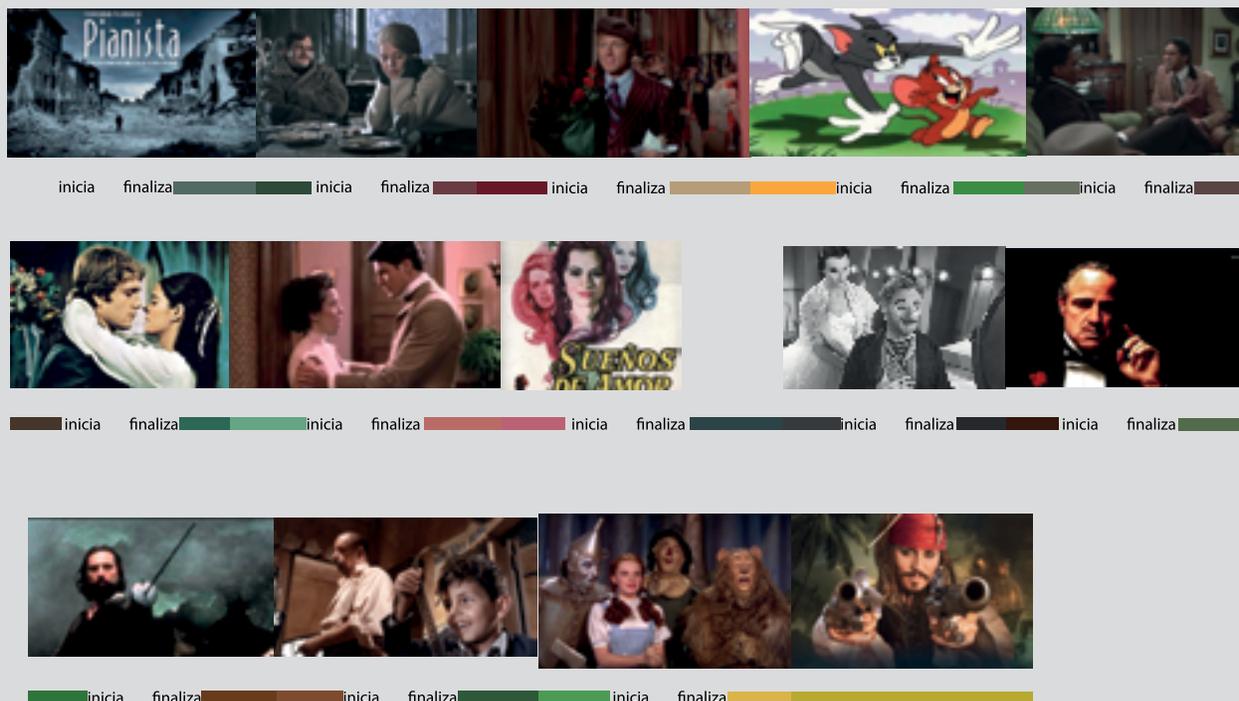


Figura 189: Colorimetría general de las películas para ilustraciones y animaciones de los videos.

ILUSTRACIONES PARA ANIMACIÓN DE VIDEOMAPPING



Figura 190: Ilustraciones para animación de *El Mago de Oz*.

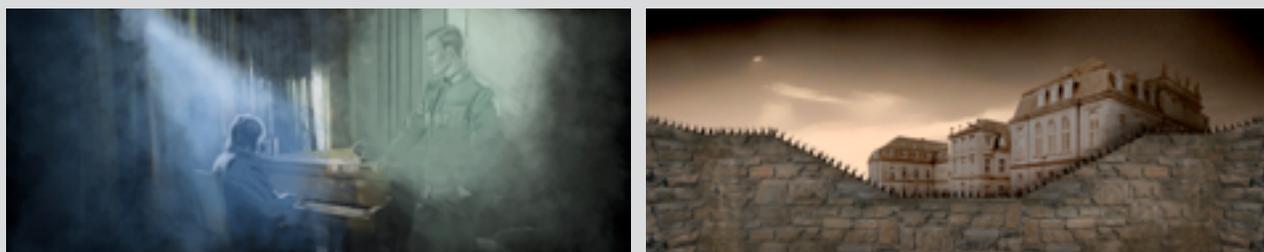


Figura 191: Ilustraciones para animación de *El Pianista*.



Figura 192: Ilustraciones para animación de *Piratas del Caribe*.

ILUSTRACIONES PARA ANIMACIÓN DE VIDEOMAPPING



Figura 193: Ilustraciones para animación de *Pídele al tiempo que vuelva*.



Figura 194: Ilustraciones para animación de *Cinema Paradiso*.

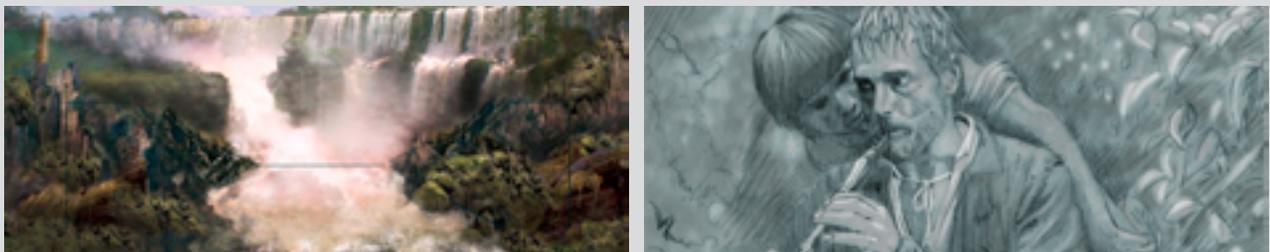


Figura 195: Ilustraciones para animación de *La Misión*.

Comunicación e imagen: El logotipo realizado para este proyecto tiene como objetivo reflejar el vínculo de la música con el cine. Se utilizó una tipografía que reflejara fuerza y solidez ya que el solo nombre *Torcarium* (que significa caja sonora) por sí solo cuenta con la fuerza necesaria. Se dispuso a hacer una simbiosis entre estos elementos para obtener el resultado final. Los colores del logotipo se desarrollan principalmente en una gama de grises y blanco con la finalidad de reflejar seriedad y elegancia.

El único material impreso que se ha realizado es un programa de mano para la presentación piloto. El departamento de comunicación cuenta fotografías de la orquesta, que se han aprovechado para dar textura a los fondos de los documentos físicos y digitales bajo la misma gama de colores entre grises y blanco.

Aunque nunca se realizó ninguna producción de material tanto impreso como papelería, uniformes, etc. otros. El área de diseño realizó una serie de propuestas de aplicaciones a medios impresos que contiene hojas membretadas, tarjetas de presentación, gafetes, uniformes, entre otros. (Figs. 196–200)



Figura 196:
Programa de mano
para presentación
piloto.

IMAGEN



Figura 197: Logotipo final.



Figura 198: Diseño de tarjetas de presentación.



Figura 199: Diseño original del programa de mano. (No impreso)



Figura 200: Acreditaciones para el personal de producción y staff.

3.3.2 Evaluación del proyecto

PRODUCCIÓN CREATIVA

La evaluación de la producción creativa se realizará bajo los puntos marcados en los proyectos anteriores, en este caso en relación a la estructura practicable sobre la que recaerá el *videomapping*. Por otro lado se realizará una evaluación del estilo de algunas de las ilustraciones realizadas, ya que muchas de ellas no se terminaron por completo.

Preguntas para su evaluación.

¿Cuál fue el objetivo principal para el funcionamiento escénico de la escenografía?

¿Cuáles son las características principales de funcionamiento de la escenografía?

¿Cuáles son fortalezas de la escenografía en relación a la adecuación del espacio?

¿La escenografía cumplió con las características estéticas propuestas bajo la línea de estilo al inicio del proyecto?

¿Cuál fue el resultado de las ilustraciones para su animación?

¿Cómo podría mejorar para las siguientes ediciones?

Por su función: La funcionalidad de su diseño radica en la sencillez necesaria para la proyección del *videomapping*, su diseño es ergonómico y está diseñada con las medidas necesarias del cuerpo humano. Asimismo por su peso y construcción la hacen funcional, por otro lado se pensó para apoyar al equipo y al *atrezzo* en la parte de atrás y funcione como *backstage*. Finalmente la aplicación de su funcionalidad es una interrogante pues nunca se vio funcionando en vivo, es funcional únicamente en la fase de planeación.

Por su adecuación: Al ser modular tiene grandes ventajas en su funcionalidad, mientras el espacio cuente con las medidas mínimas necesarias es posible exponerla a ambientes de exteriores e interiores. Asimismo sus módulos practicables la hace fácil de cargar, de mover y de montar.

Por su intención: La intención del diseño de esta escenografía radica en ser funcional principalmente para las proyecciones. La intención real se basa mayormente en el diseño de las animaciones del *videmapping* basándose principalmente en el uso de las tecnologías audiovisuales.

Para la evaluación del trabajo de ilustraciones para animar se realizó una encuesta en la que el número «1» resultaba ser muy malo y el número «5», muy bueno Finalmente los resultados se promediaron y dieron como resultado el siguiente cuadro:

ILUSTRACIONES DE LAS PELÍCULAS	ESTILO VISUAL	FUNCIONALIDAD PARA ANIMACIÓN	CALIDAD VISUAL Y COMPOSITIVA
PIRATAS DE CARIBE	Muy bueno	Regular	Bueno
MAGO DE OZ	Regular	Bueno	Regular
EL PIANISTA	Muy bueno	Bueno	Regular
CINEMA PARADISO	Bueno	Bueno	Bueno

Observaciones adicionales: Lamentablemente el proceso de producción creativa únicamente se quedó en una etapa de bocetaje; faltó calidad desde el proceso de ilustración hasta las propias animaciones. Para el proceso creativo faltó dirección para generar un estilo visual uniforme ya que el proyecto contó con varios estilos de ilustradores y por su parte los ilustradores no siguieron las instrucciones en el desarrollo lo que hacía lento el proceso de producción audiovisual. Como se mencionó en la descripción del proyecto, no se concretó con falta de tiempo y capital.

COMUNICACIÓN E IMAGEN

Tomando en cuenta que no se realizó difusión del proyecto, se evaluará únicamente la propuesta de comunicación del logotipo por su función, por su composición y por su impacto visual.

Preguntas para su evaluación.

- ¿Cuál era el objetivo que deseaba comunicar la imagen del proyecto?
- ¿Cómo fue el resultado compositivo del logotipo?
- ¿En qué medida impactó al público dirigido?

Por su función: Por su función, el logotipo cumple con la intención de comunicar y de transmitir. Es funcional aunque el significado del nombre es desconocido. Es elegante y sobrio, fuerte y sólido. Es atemporal ya que se mantiene en época clásica y moderna.

Por su composición: El *slogan* podría perderse en formatos pequeños pero conserva un buen equilibrio. Intervenir la tipografía generó equilibrio en el resultado. Gráficamente conserva elementos adecuados y lleva a cabo una buena lectura.

Por su impacto visual: El logotipo tiene suficiente peso, buen aspecto en la tipografía y su reticulado cumple con el impacto esperado. Su debilidad es que depende del color de fondo por sus degradados ya que con cualquier otro color podría perder el impacto deseado.



RESULTADOS

Los resultados de la investigación se enfocan principalmente en tres partes, el análisis FODA en relación con lo espectáculos escénicos, la experiencia de la investigadora en los proyectos mencionados en el capítulo III que se convierten en una investigación empírica y los casos de éxito fuera de las aulas de diseñadores que hoy en día forman parte de las mejores puestas en escena del país.

ANÁLISIS FODA

LOS ESPECTÁCULOS ESCÉNICOS	
OPORTUNIDADES	
EL DISEÑADOR FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none">- Conocimiento de los elementos de comunicación visual , así como de las técnicas para la percepción visual necesarias en los aprovisionamientos de una puesta en escena.- Conocimientos de las herramientas, programas y tecnologías necesarias para la comunicación de las ideas escénicas.- Conocimiento en los encuadres y enfoques fotográficos.- Conocimientos gráficos para el desarrollo de la imagen gráfica institucional del proyecto, así como de sus aplicaciones.- Conocimiento de la realización de papelería, soportes y señalética en seguimiento de guías de estilo establecidas por la imagen del proyecto.- Conocimiento de la teoría del color y su aplicación en soportes físicos y digitales con base en su psicología con el fin de generar emociones específicas.- Conocimientos en geometría y dibujo técnico para la realización de planos y bocetos de estructuras tridimensionales.- Desarrollo de habilidades en el área de RRPP para creación de convenios en favor de los proyectos, así como para la solución de problemas entre equipos de producción.- Conocimiento de las tecnologías actuales enfocadas en mejorar la calidad de las técnicas visuales de las producciones escénicas.- Comunicación visual del proyecto en relación con la imagen del proyecto a un público meta.- Conocimientos de multimedia y audiovisual para la creación de videos y animaciones utilizadas en la promoción de espectáculos, así como durante las puestas en escena.- Capacidad de crear imágenes de diversas técnicas a través de conceptos establecidos.

LOS ESPECTÁCULOS ESCÉNICOS

AMENAZAS

EL DISEÑADOR
FORTALEZAS

- Los directores prefieren hacer la parte visual del proyecto que confiársela a alguien más.
- La carrera del diseñador y del escenógrafo es relativamente nueva, en ocasiones el trabajo se deja en manos de técnicos y personas que cuentan con el conocimiento empírico del funcionamiento y construcción del proyecto, pero que no cuentan con las bases teóricas de comunicación visual.
- La competencia directa por parte de arquitectos, cineastas, diseñadores industriales, entre otros especialistas que se enfocan asimismo al área escénica.
- La enseñanza de estructuras tridimensionales en las carreras de diseño es poca y en ocasiones nula.
- Únicamente se toma en cuenta el desarrollo del diseñador y comunicólogo visual en la parte gráfica del proyecto cuando existen más áreas de desarrollo.

LOS ESPECTÁCULOS ESCÉNICOS

OPORTUNIDADES

EL DISEÑADOR
DEBILIDADES

- Poca habilidad en conocimientos de arquitectura para estructuras de gran tamaño y soportes, sin embargo se pueden tomar en cuenta las necesidades del diseñador para obtener los conocimientos y desempeñarse exitosamente en los proyectos escenográficos.
- Pocos conocimientos en el área de iluminación, el conocimiento de la teoría del color puede aprovecharse para el desarrollo en esta área indispensable de la producción.
- El diseñador puede especializarse por medio de cursos en las técnicas de maquillaje, vestuario y efectos especiales para los actores, de acuerdo a las necesidades requeridas en cuanto a técnica, época, color, terminados, entre otros.
- El diseñador no cuenta con conocimientos técnicos sobre consolas y equipo especializado de audio e iluminación y video, por lo que al salir de la licenciatura es necesario que obtenga los conocimientos en alguna de las áreas.
- En ocasiones los diseñadores tienen poca noción de los tiempos de construcción, lo cual se consigue con la práctica.

LOS ESPECTÁCULOS ESCÉNICOS

AMENAZAS

EL DISEÑADOR
DEBILIDADES

- No tener conocimientos de producción.
- Conocimientos administrativos y contables para la designación de los recursos.
- Pocos conocimientos en guiones literarios para su lectura y su realización.
- La competencia de otros especialistas dedicados a la escenografía.
- Los directores de los proyectos que no estén dispuestos a invertir en los especialistas.
- En general hay poca enseñanza de escenografía y producción en las universidades.
- En cuanto a la comunicación del proyecto, la competencia directa entre los distintos profesionales relacionados con el área.

INVESTIGACIÓN EMPÍRICA

- **Concierto Videográfico “Reinvención” (2014).**

La realización del Concierto Videográfico como proyecto escolar se convierte en un importante acercamiento al ambiente laboral en una producción, tomando en cuenta que se integran todas las etapas del proceso desde su planeación hasta la ejecución. Este proyecto resulta ser una especie de laboratorio de producción que todo puede realizarse haciendo las negociaciones adecuadas. En cuanto a la inversión como en cualquier proyecto profesional, se conformó de dos tipos. El capital por parte del equipo de producción (los alumnos), por medio de las aportaciones de los patrocinadores que los alumnos consiguieron para el proyecto.

La calidad de la producción en los elementos audiovisuales fue de la calidad de cualquier proyecto profesional, en el caso de la banda Man in Motion contactaron por su parte directamente al realizador de sus visuales para trabajar directamente con él. En relación con la escenografía si bien se ajustó a la guía de estilo del proyecto, pudo resolverse con una mejor calidad en sus materiales ya que la relación luz-material no favorecía en la obscuridad, ya que en lugar de resaltar, se opacó. La práctica que tuvieron los alumnos de RRPP en el proyecto fue exitosa ya que todas las necesidades del proyecto se cubrieron satisfactoriamente.

En cuanto a la organización del equipo de producción, así como la logística de las bandas asimismo fue exitosa. Este proyecto regularmente resulta ser complicado por el desconocimiento de las necesidades técnicas de las bandas así como los formatos técnicos como los *riders* y las necesidades de los músicos, sin embargo todas se cubrieron sin contratiempos gracias a la asesoría de la coordinación.

Formar parte de la coordinación de producción del proyecto es una gran responsabilidad, conlleva conocer el estatus de cada una de las áreas de producción, así como de mantener el equilibrio del proyecto, en caso de descontento de alguno de los miembros. Asimismo, conocer las necesidades de las áreas y buscar la manera de solucionarlas.

Si bien es cierto, hoy en día algunas de las universidades cuentan con prácticas dentro de proyectos escénicos reales; la diferencia del este ejercicio es que el alumno puede involucrarse en cualquiera de los espacios de producción y hay oportunidad de experimentar, fallar y volverlos a intentar. En el caso de las producciones de nivel profesional, el grupo organizador no puede darse el lujo de permitirse fallar gravemente puesto que costaría miles de pesos, por otro lado, resultaría menos probable permitir a los alumnos universitarios involucrarse de manera profunda, sino en actividades de bajo riesgo.

Finalmente concluyo con que proyectos como este deben continuar realizándose en las universidades, con el fin de experimentar las nuevas alternativas visuales y tecnológicas que surjan paulatinamente y que los diseñadores ofrecerán en un futuro a los espectáculos escénicos.

- **Mussi y la Máquina del Tiempo (2014).**

Este proyecto dio la oportunidad de conocer el proceso creativo desde cero. El aprendizaje en este proyecto se observaron la evolución de los títeres protagonistas de la historia, así como de los elementos escenográficos desde el boceto. Durante el proceso de construcción el aprendizaje se tuvo a través de la construcción de los títeres por parte del experto. Por su parte, la escenografía y la utilería estuvieron a cargo de alumnos de la FAD, quienes con asesoría del equipo creativo pudieron concretar con éxito las tareas asignadas.

La escenografía estuvo bien lograda, en su apariencia resultó ser idéntica al boceto original al frente, lo interesante de esta escenografía se encuentra en el diseño para facilitar su montaje y los mecanismos y las articulaciones en la parte trasera que forman parte de los efectos especiales que le dan vida a la máquina del tiempo.

En conjunto con Mario López se participó en el diseño de iluminación, el trabajo en el área de iluminación permitió tener acercamiento a las consolas y al conocimiento de los distintos tipos de luminarias (pares led, elipsoidales, y fresneles), a los principios de programación de luces y sus efectos sobre las distintas superficies; éstas prácticas ayudaron a conocer la psicología del color en la escena, así como de la importancia del diseño de iluminación y los tipos de iluminación ya sea difusa o directa, así como el uso de filtros y gobos. Asimismo el aprendizaje consistió en el montaje de las luminarias y la operación de la consola.

Por otro lado el proceso de montaje y desmontaje de la obra de teatro se analiza en conjunto con el jefe de producción quien tiene conocimiento previo del recinto a través de los *scoutings* previos al montaje, y la escenografía se prepara desde el taller con el inventario y durante el armado de los elementos escénicos. En este proyecto la escenografía contó con un armado muy específico, así como el listado de conexiones de audio, video e iluminación y mecánica, que forzosamente deben ser probados previo a su operación.

La importancia de este proyecto ayudó al conocimiento del funcionamiento de un proyecto escénico desde su planeación hasta la ejecución del mismo.

- **Torcarium (2016).**

La experiencia de participar en un proyecto como *Torcarium* fue enriquecedora por su proceso de planeación, en *Torcarium* se ven acompañadas las distintas áreas artísticas, como bailarines, actores, músicos de cámara, lo cual genera un enriquecimiento en la parte creativa. Por estas características este proyecto forma parte de un proyecto escénico que no entra en una sola categoría de los espectáculos como teatro, concierto, sino como un espectáculo multidisciplinario.

La selección de películas cambió con respecto a las que se tenían señaladas inicialmente, lo cual generó más tiempo tanto para la producción como para el equipo de producción desde la planeación, hasta los ensayos de las piezas por parte de la orquesta durante la planificación.

Durante el proceso creativo surgieron dificultades al momento de combinar los estilos de los ilustradores puesto que aunque se asignó un estilo de ilustración surgieron variaciones notables entre cada uno, asimismo las inconveniencias que surgieron durante la animación de las ilustraciones para el *videomapping* principalmente por la falta de experiencia y de calidad de algunos de los animadores.

Sin duda este es un proyecto que tiene las bases para tener gran éxito, lamentablemente como se mencionó en el capítulo III el presupuesto fue la limitante principal para concretarlo.

Sobre la evolución de las producciones

El análisis mencionado en el capítulo III y lo recién expuesto sobre la experiencia de la investigadora en los proyectos de análisis reflejan en gran medida la evolución de los espectáculos vista desde el capítulo I a principios del siglo XIX, desde los materiales con que se realizan hoy en día las construcciones escenográficas, hasta la manera de acercarlas al público por medio del diseño y la publicidad.

Por otra parte, en relación a los materiales utilizados actualmente que van desde madera, metal, papel, mismos que se asimilan a los que se utilizaban dos siglos atrás, hasta métodos que en ese entonces no existían como el uso de resinas, moldes, plásticos y demás recursos que hoy en día se utilizan para la fabricación de escenografías. Desafortunadamente los recursos que se utilizan actualmente generan más contaminación y basura a diferencia del siglo XIX. Por su composición y utilización, resulta más sencillo generar réplicas idénticas a través de éstas técnicas modernas y materiales hechos a base de petróleo como el unicel, trovicel, coroplast, entre otros.

Por otro lado, los tres proyectos analizados cuentan con tecnologías audiovisuales que anteriormente sólo se improvisaban por medio de sombras con ayuda de reflectores. Actualmente el uso de éstas tecnologías audiovisuales son utilizadas casi como una obligación en los proyectos escénicos.

En cuanto a la evolución en la construcción de los títeres resulta satisfactorio observar la evolución que éstos han tenido en cuanto al uso de los materiales, así como de los mecanismos de manipulación; gracias a la introducción de mecanismos de metal, resortes, así como la adaptación de los títeres al cuerpo de su manejador.

Definitivamente la apertura de las producciones escénicas que ya tenido el país a través de las producciones extranjeras ha permitido su evolución en las producciones mexicanas, sin embargo el México de hoy en día quien a pesar de las condiciones sociológicas y culturales siempre ha buscado los espacios de distracción por medio de los espectáculos escénicos.

CASOS DE ÉXITO

Se realizaron entrevistas a distintos diseñadores egresados de la Facultad, que hoy en día dedican su vida profesional a los espectáculos escénicos, desde estar en la producción técnica, en la creativa, formar parte del talento hasta en la asistencia de la dirección. Los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes:

- **Principales conocimientos que se aplican de la carrera a los proyectos escénicos.**

- Diseño gráfico, a través de logotipos, desarrollo de videos promocionales gracias a las materias de envase y embalaje.
- Composición de escenografías comenzando a través de un concepto, haciendo uso de los conocimientos de color, composición de los espacios, historia y teoría del arte.
- Conocimientos de multimedia y audiovisual.
- Diseño y análisis de la imagen para la solución de problemas.
- Metodología para creación de un proyecto.

- **Interés del estudiante de diseño y comunicación visual hacia los proyectos escénicos durante la carrera.**

- A partir de la producción de eventos durante la materia de dirección de arte en 5to semestre y el servicio social.
- Se eligió la orientación de ilustración con el fin de tener las bases necesarias para obtener el realismo necesario para la realización de escenografías y la aplicación del color.
- Durante la producción de medios audiovisuales a través de las producciones teatrales en la carrera.

- **Conocimientos que hicieron falta durante la carrera para el diseño de espectáculos.**

- Conocimientos de tipo tridimensional y de los espacios.
- Conocimiento de los materiales de construcción.

- **Importancia de la figura del diseñador en el proceso creativo de un espectáculo escénico.**

- Es importante para conocer el concepto de la propuesta gráfica de proyecto.
- Durante la ambientación de las distintas áreas gráficas del proyecto.
- Conocimiento de la distancia del escenario al público, conocer el peso que soporta tanto el escenario como la estructura.
- El diseñador logra que el producto sea amigable, estético y que llame la atención.
- El diseñador es capaz de observar lo que es posible y lo que no, tiene una proyección general de cómo se vería el proyecto a diferencia de algunos productores visuales que no tienen estos conocimientos.
- Al ser parte de la parte creativa el diseñador forma parte fundamental de este tipo de proyectos, ya que en ocasiones hay proyectos que no cumplen con sus objetivos, debido a la falta de diseñadores en el proyecto, por lo que personas dedicadas a otras áreas no cuentan con la misma sensibilidad y desarrollo visual que la del diseñador.
- El diseñador entiende el proceso de comunicación de la imagen a través del mensaje que se quiere dar a conocer visualmente.



CONCLUSIONES

Como se puede observar en los resultados, análisis FODA muestra la gran oportunidad que existe para el desarrollo del diseñador y comunicólogo visual en los espectáculos escénicos. Gracias al análisis FODA mencionado en los resultados ha sido posible identificar que durante la producción creativa que las mayores dificultades del diseñador estuvieron en la iluminación y vestuario; por otra parte es indispensable que el diseñador conozca de las medidas de seguridad necesarias para el desarrollo de las estructuras tridimensionales.

Este documento tiene su principal interés en que el diseñador tenga las bases de referencia necesarias para participar en cualquiera de las áreas creativas del proyecto escénico.

Jorge Ballina durante el programa *El Descorche* menciona el potencial del ingenio mexicano en el extranjero luego del éxito que tuvieron los mexicanos durante el *World Stage Design 2015*, Mónica Raya para el vestuario, Philippe Amand en la iluminación y Jorge Ballina para la escenografía obteniendo la medalla de oro. En el caso de la escenografía, se trata de una disciplina relativamente nueva como se observó en el capítulo I, la mayoría de los escenógrafos mexicanos no estudiaron escenografía puesto que los conocimientos de escenografía que se imparten en las escenografías son obsoletos.

La problemática actual de la escenografía reside principalmente en la falta de elementos creativos que surgen de las escuelas. En realidad las bases que se enseñan en las escuelas es la teoría y las partes técnicas, la creatividad depende de cada escenógrafo lo demás se obtiene durante la práctica. Asimismo surgieron principalmente técnicos que profesionales debido a la falta de enseñanza en el tema y a las técnicas obsoletas de enseñanzas en las escuelas en México.

Por otra parte uno de los obstáculos principales son a creación de espacios con poca infraestructura para sus presentaciones en relación a la mala calidad tanto de los espacios como de los equipos.

Los resultados también han arrojado el gran desarrollo de las tecnologías para complementar los espacios escénicos. Durante la parte creativa del escrito se presentan distintas técnicas para su construcción, finalmente los recursos técnicos y tecnológicos sólo son una herramienta, no un único medio. Aún con la existencia de éstas tecnologías para las áreas creativas del proyecto, hacen falta creativos comprometidos con las artes escénicas dispuestos a aprender sobre el escenario.

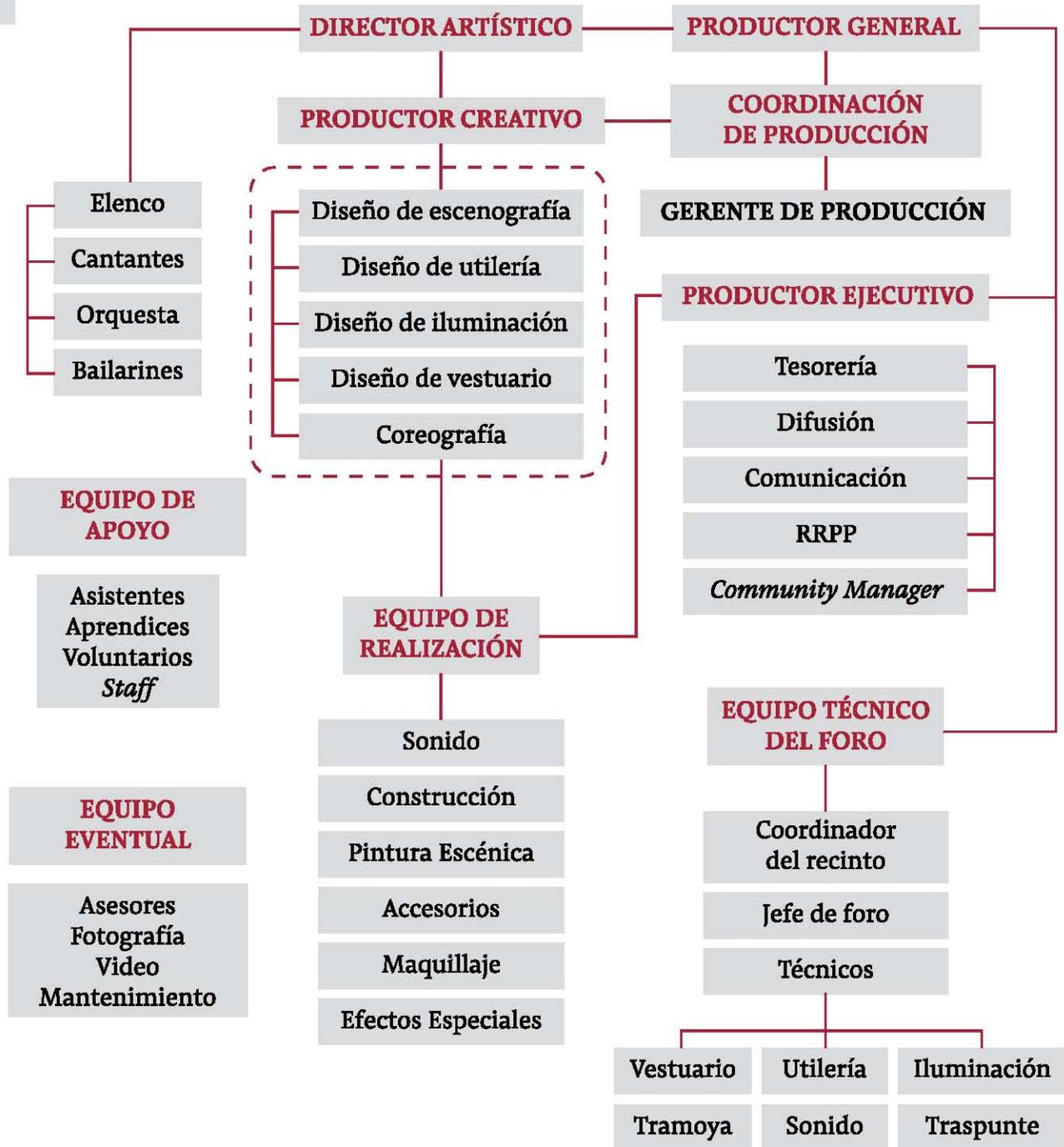
Asimismo se pueden observar en los resultados las limitantes y las dificultades del diseñador en las distintas áreas del proceso creativo, que si bien al salir de la carrera no obtienen todos estos conocimientos si se cuentan con las bases, mismas que serán desarrolladas en mayor medida al especializarse en ellas.

En el caso de la imagen del proyecto, cada vez existen más plataformas para la difusión y distribución de la producción. Quizá este es el campo mayormente conocido por los profesionales en el diseño puesto que se relaciona en mayor medida lo visto durante la carrera.

Como se observó en el escrito se concluye que prácticamente cualquiera de las áreas estéticas durante la producción escénica y de la imagen del proyecto son oportunidades de desarrollo para el egresado de la carrera de diseño y comunicación visual. Se propone una metodología durante el proceso creativo en el que el diseñador se involucre y explore las distintas áreas que existen, con el fin de especializarse en algunas de ellas y continuar su camino de aprendizaje en el ramo creativo aportando su creatividad y conocimiento a los espectáculos mexicanos.

ANEXOS





ACTIVIDAD	TIEMPO	RESPONSABLE	E	F	M	A	M	J	J	A
Convocar a entidades	—	—	■							
Elaborar programa	—	—		■	■					
Scouting	—	—			■					
Contratación de talento	—	—			■					
Campaña de difusión	—	—				■				
Impresión	—	—					■			
Difusión	—	—					■	■	■	■
Venta de boletos	—	—					■	■	■	■
Alquiler de elementos técnicos y de construcción	—	—					■			
Montaje	—	—							■	
Desmontaje	—	—								■
Balance financiero	—	—								■
Cierre de proyecto	—	—								■
Evaluación	—	—								■

SEMANAS	FECHAS	ESCENOGRAFÍA/ UTILERÍA	ILUMINACIÓN	SONIDO	PRODUCCIÓN/ GESTIÓN
Semana 6	—	Reunión y definición del proyecto. Diseños de maqueta.	Reunión y definición del proyecto. Elaboración de diseños de iluminación.	Reunión y definición del proyecto. Elaboración de diseños sonoros.	Reunión y definición del proyecto. Elaboración de formatos y permisos
Semana 5	—	Presentación de diseño preliminar aprobación, ajustes. Entrega de presupuesto. Presentación de maqueta, VoBo por el productor creativo y el director del proyecto.	Presentación de diseño preliminar aprobación, ajustes. Entrega de presupuesto.	Presentación de diseño preliminar, VoBo, ajustes. Entrega de presupuesto.	Minuta de reuniones, presupuesto general. Ficha técnica de foros. Directorios.
Semana 4	—	Cotización, ajuste de presupuesto. Comienzo de realización.	Reunión con equipo de vestuario.	Preparación de efectos de grabación. Pruebas de sonido para ensayos.	Reunión con RRPP, recopilación de información. Comienzo de difusión en medios.
Semana 3	—	Seguimiento de construcción, compras. <i>Scoutings</i> .	Revisión del equipamiento del recinto.	Revisión del equipamiento del recinto.	Realización de logística de operación. Sesión fotográfica del equipo de trabajo.
Semana 2	—	Seguimiento de construcción, compras. Logística de montaje.	Diseño final y guión preliminar	Diseño final y guión preliminar	Logística de montaje y equipo de producción. Ajustes en el recinto. Contratación de transporte.
Día 7	—	Montaje en el recinto: Transporte del taller al recinto.	Montaje en el recinto: Colgar, conectar y enfocar.	Montaje en el recinto: Instalar, cablear y conectar.	Coordinación de montaje por equipos de trabajo, asignación de actividades. Realización de inventarios.
Día 6	—	Montaje	Montaje	Montaje	Montaje
Día 5	—	Ensayo técnico, ajustes preliminares.	Ensayo técnico, ajustes preliminares.	Ensayo técnico, ajustes preliminares.	Coordinación de ensayo técnico, notas a los responsables de cada área.
Día 4	—	Ensayo técnico, ajustes preliminares.	Ensayo técnico, ajustes preliminares.	Ensayo técnico, ajustes preliminares.	Libretos técnicos definitivos, convocatoria para ensayo general.
Día 3	—	Ensayo general al público.	Ensayo general al público.	Ensayo general al público.	Coordinación de ensayo general y atención a invitados.
Día 2	—	Ensayo general al público.	Ensayo general al público.	Ensayo general al público.	Coordinación de ensayo general.
Día 1	—	Función de prensa.	Función de prensa.	Función de prensa.	Función de prensa.
Estreno	—	Estreno. Evaluación y resolución de problemas.	Estreno. Evaluación y resolución de problemas.	Estreno. Evaluación y resolución de problemas.	Estreno. Evaluación y resolución de problemas.

CUADRO DE RESPUESTA EMOCIONAL A TRAVÉS DEL COLOR								
COLOR	SIGNIFICADO	PSICOLOGÍA	FISIOLOGÍA	OÍDO	OLOR/ GUSTO	METAFÍSICA	RELACIONES GENERALES	RELACIONES SENSORIALES
Blanco	Espiritualidad, pureza	Tranquilidad, perfección inocencia	Libertad, pureza, limpieza	-	Dulce, cremoso	Eternidad, inicio, piedad, esperanza, confianza, honestidad	Contraste con el negro	Pureza, frescura, inocencia
Amarillo	Expansión de luz, aumento de energía, frivolidad	Verano, opulencia, intuición inspiración, comodidad, enojo	Luz, limpieza, veneno, amargo	Perforar	Agrio, ácido	Celos, envidia, júbilo, honor, exclusión, espiritualidad oriental	Luz, viveza, claridad	Exceso de luz, suavidad y limpieza
Naranja	Intensidad lumínica, alegría, relajación, revolución	Alegría, fiesta, cálido, brillante, salud y fertilidad	Frescura, salud, vitamina	Alto, clave mayor	Sustancial	Descanso, diversión, distracción	Felicidad, radiante	Calor, cercanía, sequedad, saturación
Rojo	Poder, vida, sangre	Vigor, sangre, actividad, agresión, arquetipo, intelectual	Templado, seco, calor	Alto, trompeta	Dulce, fuerte	Deseo, sexualidad, erotismo, imaginación, júbilo	Actividad, excitación, felicidad, grandeza	Caliente, fuerte, lleno, alto (sonido) dulce, firme agudo
Morado	Dignidad	Cualidades excepcionales, religión, espiritualidad, lujo	Calorías, adorno	Poderoso, solemne	Muy dulce	Poder ancestral, ata jerarquía religiosa, realeza	Tiempos, anuncios	-
Violeta	Tensión, magia, moderno, emocionante	Vanidad, artificial, falta de objetividad, original	Extravagante	Tristeza, profundo, clave menor	Denso y dulce	Fe, esperanza, piedad, marginación	Dignificar, duda, infelicidad	Fragancia, narcótico, dulce, podrido
Azul	Constancia, seriedad, orden, razón, fe	Distancia, silencio, infinidad, frío, agua, filosofía	Vejez, externo, frescura	Suavidad	-	Simpatía, dureza, armonía, espontáneo, amistad	Seguridad, paz, distancia, espacio	Fresco, húmedo, suave, fuerte
Verde	Esperanza, miedo, ambiente, color del Islam	Naturaleza, viveza, emoción, paz, femenino	Fresco, amargo, ácido, clorofila	Silencio gentil	Ácido, jugoso	Esperanza, relajado, confidente, tolerancia, seguridad, vida, amor	Tranquilizar, casual, pasivo, refrescante, en paz	Jugoso, amargo, venenoso, joven
Café	Impuro, poderoso, tranquilizante	No hay erotismo, confortable, escondido	Crujiente, aromático	Obscuro, menor	Frito, chocolate, cacao	Inmoderado, flojo	Tierra	Chocolate, pasteles, pastas
Gris	Sombra, predicción, frescura	Edad, conformidad	Naturalidad	Pausa musical	Cenizo	Insensible, ecuánime, puntual, modesto	Aburrido	Neutral
Negro	Nocturno, miedo, obscuridad	Final, muerte, elegancia, humildad	Vacío	Angular, duro	Licoroso, inservible	Magia, culpa, egoísmo, poder, opresión	Contraste en blanco	Monopolio, rico, contraste



Semanas para el evento		Semanas contempladas de martes a sabado antes del evento.
1	5 Mayo a 8 Mayo	Templete. Confirmación de elementos de seguridad
2	28 Abril a 3 Mayo	Entregar invitaciones. Pegar carteles. Mampara del evento. Dead line patrocinios. Templete. Corroborar horarios con DGACU.
3	21 Abril a 26 Abril	Impresión de aplicaciones. Impresión de invitaciones. Entrega de visuales. Avances de areas restantes al 90.
4	14 Abril a 19 Abril	Avances y confirmación de patrocinios. Avances de areas al 60
5	7 A bril a 12 Abril	Avances de patrocinios. Avances de areas al 40.
6	31 Marzo a 5 Abril	Impresión de playeras. Avances de areas al 20
7	24 Marzo a 29 Marzo	Definición de ideas por area.
8	17 Marzo a 22 Marzo	Guia de estilo y aplicaciones. Definición de areas por equipo. Realización de master de audio.
9	10Marzo a 15 Marzo	Presentación de concierto videográfico 2014 REINVENCIÓN a Dirección 2 y RRPP Selección final de bandas. Entrega de oficios.
10	3 Marzo a 8 Marzo	VoBo de diseño final. Oficios para dirección. Logotipo final
11	24 Febrero a 1 Marzo	Definición del concepto de concierto videográfico "Reinvención".

CRONOGRAMA
 CONCIERTO VIDEOGRÁFICO *REINVENCIÓN*, 2014

ANEXO 8

CONCIERTO VIDEOGRAFICO 2014						
Cronograma						
Marzo						
D	L	M	M	J	V	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
		Presentación de concierto y definición de áreas por equipos				Presentación de concierto y definición de áreas por equipos (SyM)
23	24	25	26	27	28	29
		Revisión de propuestas de los equipos Se definen coordinadores de cada área				Revisión de propuestas de los equipos (SyM)
30	31					
Abril						
D	L	M	M	J	V	S
		1	2	3	4	5
		Presentar avances, recolectar y registrar presupuesto. Concretar propuestas de escenografía y de videoapertura, videobandas, entrevistas y videomemoria (contrastar con el presupuesto). Toma de foto para gafete.		Se sale convocatoria para videoapertura		Checar avances y necesidades de equipos. Se definen Happenings

13	14	15	16	17	18	19
SEMANA SANTA						
		<p>Checar avances y necesidades de equipos. Entrega de Videobandas.</p>				<p>Checar avances y necesidades de equipos.</p>
20	21	22	23	24	25	26
		<p>Checar avances y necesidades de equipos.</p>				<p>Checar avances y necesidades de equipos.</p>
27	28	29	30			
		<p>Entrega de resultados finales (econografía, videoapertura, videoambientes) y propuestas finales de entrevistas y videomemoria. Evaluar los resultados (ver si falta algo) y ajustar en caso de contratiempos. Confirmar el clima de la siguiente semana.</p>				
Mayo						
D	L	M	M	J	V	S
				1	2	3
						<p>Revisión final (chechar y resolver cualquier inconveniente)</p>
4	5	6	7	8	9	10
		<p>Revisión final (chechar y resolver cualquier inconveniente)</p>		<p>CONCIERTO VIDEOGRAFICO</p>		<p>Comentarios del Concierto</p>
11	12	13	14	15	16	17
		<p>Comentarios del Concierto</p>				

PRESUPUESTO
CONCIERTO VIDEOGRÁFICO *REINVENCIÓN*, 2014

ANEXO 9

CONCEPTO	UNIDAD	#UNIDADES	COSTO/UNIDAD	COSTO/CO	PATROCINIO
----------	--------	-----------	--------------	----------	------------

PREPRODUCCIÓN

Investigación	único	1			
Scouting	visitas	0			

DISEÑO DE IDENTIDAD Y APLICACIONES

acreditaciones crew (gafetes)	tabloide	85 (10 imp)	\$13	\$130	0
acreditaciones apoyo (pulseras)	pulseras	215	\$10	\$2,150	0
playeras (Acceso total - Acceso limitado)	playeras	85	\$43	\$3,655	0
micas	paquete	85	100	100	0
cordones	cordón	85	150	150	0
				\$6,185	

LOGÍSTICA

Documentos	-----				
Permisos	-----				
Diagramas	-----				
Guión del evento	único	1			
Ruta Crítica	único	1			
Cronograma	único	1			

HONORARIOS

Técnicos iluminación	día	1	1500	1,500	0
Fotógrafos	día	1	500	500	0
Tecnico de audio	día	2	2500	5000	0
Electricistas	día	1	300	300	0
Tramoya checar rigger	día	2	700	1400	0
Mantenimiento	día	5	150	750	0
Seguridad -lobo-	día	6	600	2,100	2,100
Renta de locación	día	1	\$70,000	\$70,000	0
servicios básicos (luz y electricidad)	día	1			0
planta de luz (de ser necesario)	día	1	\$5,500	\$5,500	5,500
				\$87,050	7,600

EQUIPO DE AUDIO FULL SOUNDSYSTEM

8 Scoop		8			0
8 Bafles de medio		8			0
8 Bocinas medio alto		8			0
4 Drivers		4			0
12 Balas		12			0
				\$15,000	0

EQUIPO DE SONIDO DGACU

bocinas	4				0
consolas	1				0
mezclador	1				0
snake	5				0
cables					0
micrófonos	5				0
monitores	4				0
Yellow jacket	10				0
pedestales	5				0
				\$60,000	0

SANIDAD/LIMPIEZA						
botiquín	botiquín	1	\$100	\$100	0	
papel sanitario 30p	paquete 30p	1	\$150	\$150	0	
toallas húmedas 80p	paquete 80p	1	\$45	\$45	0	
toallas secantes	paquete				0	
algodón	paquete	2	\$21	\$42	0	
crema desmaquillante 2p	frasco	1	\$99	\$99	0	
desodorante de baño	lata	2	\$45	\$90	0	
bolsas de basura 220p	paquete	1	\$69	\$69	0	
ventiladores	ventilador	3	\$250	\$750	0	
escoba	escoba	2	\$40	\$80	0	
jergas	jerga	5	\$9	\$45	0	
jabón líquido	bote	2	\$20	\$40	0	
				\$1,510	0	

MONTAJE						
Templete	templete	1	\$12,000	\$136,850	0	
escenografía	estructura	estructura	\$12,000	\$12,000	0	
Carpa	carpa 80 mt	1	7,500	7,500	0	
medios		13				
				\$124,850	0	

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD						
Impresos	gaceta	anuncio	1			
	volantes	millar	1	\$300	\$300	300
	panfletos	millar	1	\$400	\$400	400
	carteles	millar	1	\$500	\$500	500
	lonas	metro	3	\$110	\$330	330
	banners	metro	2	\$80	\$160	160
	invitaciones	millar	1	\$300	\$300	300
	reconocimientos	impresión	200	\$1	\$200	200
	programas de mano	millar	1	\$500	\$500	500
Web	página web del evento	página	1			0
	facebook	cuenta	1			0
	twitter	cuenta	1			0
	banners	banner	4			0
	motion graphics	animación	1			0
	e-mails	cuenta	1			0
	video streaming	transmisión	1			0
	canal de youtube	cuenta	1			0
Radio	spots	minutos	30	250	7,500	0
	entrevistas	entrevista	1			0
				\$10,190	10,190	

CATERING						
vasos 20p	paquete	15	\$25.00	\$375.00	0	
platos 20p	paquete	15	\$20	\$300	0	
cubiertos 360p	paquete	2	\$245	\$490	0	
servilletas 400p	paquete	2	\$35	\$70	0	
trapos	trapo	10	\$9	\$90	0	
ALIMENTOS	servicio/pers	80	\$6,400	\$6,400	0	
AGUA	paquete 6	20	80	1600	0	
manteles x mt	metro	5	\$20	\$100	0	
				\$9,425	0	

Costo REAL	357,261	
Sin Honorarios	314,790	
E. con Ganancia	400,132	

Total con patrocinio	25,690
-----------------------------	--------

LOGÍSTICA DE OPERACIÓN

CONCIERTO VIDEOGRÁFICO *REINVENCIÓN*, 2014

ANEXO 10



CONCIERTO VIDEOGRÁFICO 2014
Logística

FECHA	HORA INICIO	HORA TERMINO	LUGAR	ACTIVIDAD	REQ. TECNICOS	ENCARGADO	RESPONSABLE	OBSERVACIONES
Mier 7 may	12:00	15:00	Estacionamiento	Montar templete		Juan V	Daniel G	
	15:00	15:10	Estacionamiento	Llamado del crew		Peñu	Paloma	Lista en el estacionamiento
	15:10	21:00	Templete	Montaje de escenografía (A REV.)		Juan V	Daniel G	
	07:30	07:45	Estacionamiento	Llamado del crew		Peñu	Paloma	Lista en el templete (RETARDO, directo a CALIF)
	07:45	08:00	Templete	Entrega de gafetes y playeras	Gafetes y playeras	Peñu	Paloma	La playera sólo se entrega con firma
	08:00	08:20	S-108	Área de resguardo de equipo	Acomodo y distribución de mesas	Sandra	Paloma	Tener listo el lugar en donde se resguardaran cosas
	08:00	08:15	Caseta	Llegada de OMP	Reparto del STAFF para el montaje	Jamal	Paloma	Ir a la caseta a recibirlos (4 lugares)
	08:00	08:30	Estacionamiento	Recibir equipo de DGACU		Sandra	Nanis	8:45 REVISAR SEGÚN STATUS
	08:00	08:30	Estacionamiento	Registro de equipo de OMP	Tener listas etiquetas y formatos	Celeste	Nanis	Asignar lugares de equipo y revisar listado. Registro de integrantes, de equipos, responsivas y reglamento.
	08:00	12:30	Templete	Instalación de Escenografía	Herramientas de cada equipo en general	Juan V	Daniel G	Equipo y encargados de Producción ayudando a Montar
	08:00	09:30	Estacionamiento	Montar el house	Personal de DGACU y STAFF para ayudar	Jamal	Om Mani	
	08:30	08:00	Estacionamiento	Registrar equipo de DGACU	Tener listas etiquetas y formatos	Celeste	Nanis	Tener formato para registro y verificar si hay cambios. Etiquetar equipo
	08:30	11:00	Estacionamiento	Instalar Sonido de Om Mani Padmehum	Verificar el personal de Om Mani verificar si hace falta	Jamal	Om Mani	Ayuda preferente de la banda
	09:00	09:20	Estacionamiento	Llegada de Fluorfos	Espacio para Stand 2x2 y prestamo de 2 mesas y lona	Diego	Paloma	Stand de Venta - Portería
	09:00	09:20	Canchas	Llegada de I Love Juice	Espacio para Stand y prestamo de 2 mesas	Daniel F	Oliva/Diego	Espacio de Catering en Back
	09:00	13:00	TI - 1	Montaje de set para entrevistas	<ul style="list-style-type: none"> • 3 ó 4 reflectores • 2 sillones • 100 cartulinas gama de color del concierto • 1 lit. de pegamento • 3 m de pellón • 2 arañas con patrocinadores • 3 triples • 3 cámaras • 1 micrófono 	Rex	Paulette	
	09:00	10:00	Templete	Montar Portería (iluminación)	Personal de STAFF para ayudar	Juan V	Daniel G	
	09:00	10:00	Estacionamiento	Montar lonas	Personal de STAFF para ayudar	Adrian	Diego	
	09:30	10:00	Estacionamiento	Registrar equipo de Mario	Tener listas etiquetas y formatos	Erick	Nanis	Tener formato para registro y verificar si hay cambios. Etiquetar equipo
	09:30	11:00	Templete	Instalación de iluminación	Personal de STAFF para ayudar	Paulo	Nanis	
	10:00	10:15	Caseta	Llegada de Kod Kod		Jamal	Paloma	
	10:00	10:20	Estacionamiento	Llegada de AirMedia		Sandra	Paloma	Iluminación
	10:00	10:30	Estacionamiento	Instalar Zona de Patrocinadores	Personal de STAFF para ayudar	Oliva	Diego	
	10:00	10:30	Estacionamiento	Llegada de Skin Lab	Espacio para Stand 2x3 tener listo conexión eléctrica	Oliva	Diego	Stand de promoción - Premios
	10:00	10:20	Estacionamiento	Llegada de Hound Dog	Espacio para Stand 3x2 y prestamo de 2 mesas y lona y conexión eléctrica	César	Oliva/Diego	Stand de promoción-Comida
	10:30	11:15	Templete	Instalar batería de Kod Kod	Batería Yamaha Stage Custom de 5 piezas. Toms: 12, 13, 14 Tarola: 14 Bombo : 22 -1 atril para ride -1 atril para contra -1 atril para crash	Juan V/Beto	Mario	Ayuda preferente de la banda
	11:00	11:30	Estacionamiento	Pruebas de conexión		Beto	Mario/Om Mani	
	11:00	11:15	Caseta	Llegada de ROOMIES		Jamal	Paloma	
	11:00	11:30	Caseta	Llegada de MP Producciones (Camión Pantalla)	Tener listo cable VGA y videos listos	César	Oliva/Diego	Acomodar camion pantalla en sitio. Verificar formatos de video
	11:15	11:30	S-108	Registro de equipo Roomies	Tener listas etiquetas y formatos	Celeste/Erick	Nanis	Asignar lugares de equipo y revisar listado. Registro de integrantes, registro de equipos, cartas responsivas y reglamento. Etiquetar equipo
	11:30	12:00	Templete	Soundcheck OPM	1 Compresor DBX 1 Maximizador BBE 1 Procesador de efectos Rever y Delay 1 Ecuilizador RANE 1 Crossover RANE 1 Minero RANE DS 2 Tornamesas DENON Cd 2 Tornamesas técnica de vinyl 1 poder 2,400 crown macro tech 1 poder 5,002 crown macro tech 1 poder CA12 crest 1 poder 10,000 Melo	Mario	Om Mani	
	12:00	12:20	Estacionamiento	Llegada de Status		Regina	Paloma/Diego	Sala tipo Lounge
	12:00	12:20	Estacionamiento	Llegada de Karheiba	Espacio para Stand 2x2 y prestamo de 2 mesas y lona	Paloma	Oliva/Diego	Stand de venta
12:00	12:20	Estacionamiento	Llegada de Galerías Noox		Celina	Oliva/Diego		
12:00	12:20	Estacionamiento	Llegada de Live shows	Espacio para Stand 3x4 y lona verificar que cuenten con extintor	Oliva	Diego	Stand de Venta - Playeras	
12:00	12:20	Estacionamiento	Llegada de Yessi Bisutería	Espacio para Stand 2x2 y prestamo de 2 mesas y lona	Oliva	Diego	Stand de Venta	

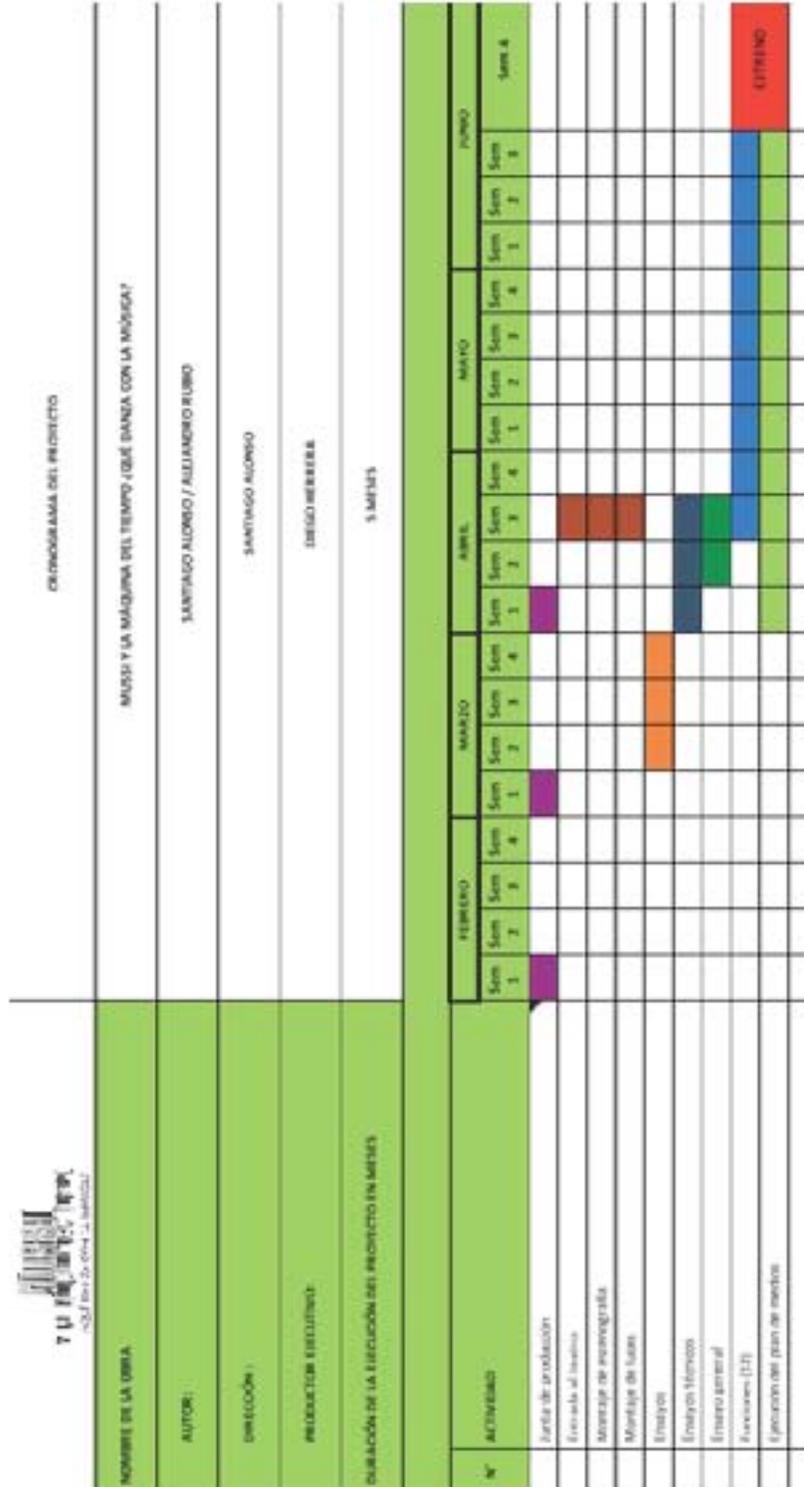
12:00	12:20	Estacionamiento	Llegada Papelería Dibujo y Arte	Espacio para Stand 2x2 y prestamo de 2 mesas y lona	Oliva	Diego	Stand de venta
12:00	12:20	Estacionamiento	Llegada de Jikaleas	Espacio para Stand 2x2 y prestamo de 2 mesas y lona	Juan V	Oliva/Diego	Stand de venta
12:00	12:20	S-108	Registro y almacen de Utería Performance 1		Myrna	Mariana	
12:00	12:30	Templete	Soundcheck Kod Kod		Mario	Om Mani	
12:30	13:00	Templete	Soundcheck ROOMIES		Mario	Om Mani	
12:30	13:30	Estacionamiento	Pruebas finales de video		Paco/Lalo	César/Areli	Corrección de posibles errores Se apagan equipos / verificar transmisión
12:30	13:30	Estacionamiento	Pruebas finales de iluminación		Paulo/Carla	Mario	Corrección de posibles errores Se apagan equipos / verificar transmisión
12:30	12:30	Estacionamiento	Llegada de Party Drop	Espacio para Stand 2x2 y prestamo de 2 mesas y lona	Laura	Oliva/Diego	
12:45	12:45	S-108	Maquillaje Bailarina		Annette	Lalo G	
13:00	13:10	Caseta	Llegada Fonda Portaña	Espacio para Stand 5x5 y lona verificar que cuenten con extintor	Ricardo	Oliva/Diego	Espacio venta
13:00	13:10	Estacionamiento	Espacio de Demostración I Love Juice	Espacio para Stand 2x2 y prestamo de 2 mesas y lona	Oliva	Diego	Stand de Degustación
13:00	13:00	S-108	Registro y almacen de Utería Performance 2		Myrna	Ali	Asignar lugares de equipo y revisar listado. Registro de integrantes. registro de equipos, cartas responsivas y reglamento. Etiquetar equipo
13:15	13:15	S-108	Maquillaje Bailarín		Annette	Mariana	
13:30	13:30	Canchas	Hora de catering STAFF	Revisar catering con Hound Dog	Ricardo/Fer	Paloma	Se hará por turnos. Llevar registro y control de turnos. No dejar ninguna area sola.
13:30	15:00	Estacionamiento	Instalar área de medios	3 espacios de 2x2 con mesa	Peñu	Paloma	Confirmar antena de banda ancha
13:30	14:30	Estacionamiento	Colocacion de pista Skate y Lona		Myrna	Lalo G	REVISAR PERFORMANCE
13:45	13:45	S-108	Colocacion y arreglo de vestuarios		Annette	Mariana	
14:00	14:20	Estacionamiento	Repaso de rutina Performance 1		Annette	Lalo G	
14:00	14:20	Estacionamiento	Llegada de las bandas restantes		Jamal	Paloma	
14:00	14:20	Estacionamiento	Llegada El Coronel	Espacio para Stand 2x2 y prestamo de 2 mesas y lona	Celina	Oliva	
14:00	14:20	Estacionamiento	Llegada de Baladí	Espacio para Stand 2x2 y prestamo de 2 mesas y lona	Oliva	Diego	Stand de Promoción
14:00	14:20	Estacionamiento	Llegada deRayarte		Ricardo	Oliva/Diego	
14:00	14:20	Estacionamiento	Llegada Wacom	Espacio para Stand 2x2 y prestamo de 2 mesas y lona	César	Oliva/Diego	Unicamente Promoción
14:00	14:20	Estacionamiento	Llegada de Escena	Espacio para Stand 2x2 y prestamo de 2 mesas y lona	César	Oliva/Diego	Unicamente Promoción
14:00	14:30	S-108	Registro de equipo de bandas	Tener listas etiquetas y formatos	Celeste/Erick	Nanis	Asignar lugares de equipo y revisar listado. Registro de integrantes. registro de equipos, cartas responsivas y reglamento. Etiquetar equipo
14:30	15:00	Estacionamiento	Colocacion de utería en escenario		Karla	Lalo G	
15:00	15:30	House	Pruebas finales de audio		Om Mani	Mario	Corrección de posibles errores Se apagan equipos / verificar transmisión. Revsar audiobandas y
15:00	15:40	S-108	Hora de catering BANDAS	Revisar catering con Hound Dog	César		Los encargados de bandas preverán el catering
15:00	15:40	Templete	Junta		Paloma/Daniel F	Johanna	Revisión con representantes de las areas
15:30	15:45	Estacionamiento	Llamado Presentador Performance 3		Karla	Lalo G	
15:30	15:45	TI - 1	Llamado Adán Entrevistador		Jamal	Paulette	
16:00	16:20	Estacionamiento	Llegada de Brain Transmission		Carolina	Diego	Espacio para equipo
inicia formalmente el concierto.							
16:00	16:15	Samotracia -> Estacionamiento	OPENING		Alexis	Lalo G	Diafraz Sombrero
16:15	16:25	Templete	Palabras de las autoridades del plantel	Dos micrófonos	Diego/Paulette	Johanna	
16:25	16:30	Templete	Agradecimientos iniciales	Dos micrófonos	Diego/Paulette	Johanna	Palabras de Profa. Johanna Blanco
16:30	16:35	Templete	Videoapertura	Tener listo equipo de audio y video	Annette/Adrián	César	Corre video apertura. Verificar equipo de banda 1
16:35	16:40	Templete	Sube Banda 1		Adriana/Sandra	Paloma/Nanis	
16:35	16:40	Templete	Videobanda 1	Tener listo video	Adrián	César	La videobanda corre al mismo tiempo que sube la banda.Preparar loop de logo por posible falla
16:40	17:10	Templete	KOD KOD - VIDEOAMBIENTES	Bajo. Amplificador: SVT-CL ó Fender Bassman pro300/ Gabinete: Ampeg SVT-410HE Guitarras 1 y 2. Amplificador Fender-Bassman Teclado. Caja directa Monitoreo. 4 monitores de piso de dos vías (uno para cada integrante) Lista de canales 1. Bombo - Beta52A 2. Tarola - SM57 3. Tarola (cuerdas) - SM57 4. Hi hats - SM137 5. Tom 1 - SM57 6. Tom 2 - SM57 7. Tom 3 - SM57 8. Over head L - SM137 9. Over head R - SM137 10. Bajo - Mezcla caja directa y micrófono Beta52A 11. Bajo (Amp) - Beta52A 12. Teclado - Caja directa 13. Guitarra eléctrica 1 - SM57 14. Guitarra eléctrica 2 - SM57 15. Voz 2 - SM58 16. Voz 1 (Piano) - Beta58A 17. Voz 1 - Beta58A	Lalo	César	Corre videoambiente Banda 1. Empieza sin personal arriba del escenario. Se prepara performance 2. Verificar equipo Banda 2

17:10	17:15	Templete	Baja banda 1		Adriana/Sandra	Paloma/Nanis	ENTREGA DE PRIEMOS (SKIN LAB, KARHEIBA, LIVE SHOWS)Se va a aeros - Se prepara activación patineta.
17:10	17:15	Templete	Promoción de patrocinadores	Un micrófono	Johanna	Johanna	FUNAM, Om Mani Padmehum, Hound Dog, Party Drops y MP producciones, Live Shows
17:10	17:20	Estacionamiento	Performance 2 - Activación Patineta fija		Karla	Lalo G	Staff apoyando a SYM con happening.Termina happening, se desmonta ponen música.
17:10	17:25	TI - 1	Entrevista 1 "Kod Kod"	<ul style="list-style-type: none"> • 3 ó 4 reflectores • 2 sillones • 100 cartulinas gama de color del concierto • 1 lit. de pegamento • 3 m de pelón • 2 arañas con patrocinadores • 3 triples • 3 cámaras • 1 micrófono 	Rex/Adriana	Paloma/Paulette	
17:20	17:25	Templete	Sube Banda 2		Gaby/Sandra	Paloma/Nanis	
17:25	17:30	Templete	Videobanda 2		Lalo	César	La videobanda corre al mismo tiempo que sube la banda.Preparar loop de logo por posible falla
17:30	18:00	Templete	THE ROOMIES - VIDEOAMBIENTES	<p>Bajo: AMPEG SUT 8X10 Guitarra 1: FENDER MUSTANG ó DEVILL 4X12 200w ó MARSHALL JCM900 4X12 combo Guitarra 2: FENDER MUSTANG ó DEVILL 4X12 200w 5 Microfonos 7 Lineas 3 Tomas de corriente LINE IN "INPUT LIST" SM-58 (VOZ 1) SM-58 (VOZ 2) SM-58 (VOZ 3 Y DJ) AKG BBB D5 O SM-57 (BEAT BOX 1) AKG BBB D5 O SM-57 (BEAT BOX 2)</p>	Laura	Areli	Corre videoambiente Banda 2. Empieza sin personal arriba del escenario. Se prepara performance 3. Verificar equipo Banda 3
18:00	18:05	Templete	Baja banda 2		Gaby/Sandra	Paloma/Nanis	ENTREGA DE PRIEMOS (SKIN LAB, KARHEIBA, LIVE SHOWS)Se va a aeros - Se prepara rockabilly
18:00	18:05	Templete	Promoción de patrocinadores	Un micrófono	Johanna y Brije	Johanna	I love juice, Jikaletas, Rayarte, Felino Estudio, Blaufeuer
18:00	18:10	Estacionamiento	Performance 3 - Rockabilly Pareja bailando		Annette	Lalo G	Staff apoyando a SYM con happening.Termina happening, se desmonta ponen música.
18:00	18:15	TI - 1	Entrevista 2 "The Roomies"	<ul style="list-style-type: none"> • 3 ó 4 reflectores • 2 sillones • 100 cartulinas gama de color del concierto • 1 lit. de pegamento • 3 m de pelón • 2 arañas con patrocinadores • 3 triples • 3 cámaras • 1 micrófono 	Rex/Gaby	Paloma/Paulette	
18:10	18:15	Templete	Sube Banda 3		Paola/Sandra	Paloma/Nanis	
18:15	18:20	Templete	Videobanda 3		Lalo	César	La videobanda corre al mismo tiempo que la banda.Preparar loop de logo por posible falla
18:20	18:50	Templete	THE THIEVES - VIDEOAMBIENTES	<p>2 microfones de voz Bajo con amplificador Guitarra (voz principal) con amplificador Guitarra (segunda voz) con amplificador</p>	Lalo	César	Corre videoambiente Banda 3. Empieza sin personal arriba del escenario. Se prepara performance 4. Verificar equipo Banda 4
18:50	18:55	Templete	Baja banda 3		Paola/Sandra	Paloma/Nanis	ENTREGA DE PRIEMOS (SKIN LAB, KARHEIBA, LIVE SHOWS)Se va a aeros - Se prepara kit de aerosoles
18:50	18:55	Templete	Promoción de patrocinadores	Un micrófono	Johanna y Brije	Johanna	AIRmedia, Fluorfos, Panalito, zhieta!, Yessi Bisutería
18:50	19:00	Estacionamiento	Performance 4 - 2 Mamparas		Annette	Lalo G	Staff apoyando a SYM con happening.Termina happening, se desmonta ponen música.
18:50	19:05	TI - 1	Entrevista 3 "The Thieves"	<ul style="list-style-type: none"> • 3 ó 4 reflectores • 2 sillones • 100 cartulinas gama de color del concierto • 1 lit. de pegamento • 3 m de pelón • 2 arañas con patrocinadores • 3 triples • 3 cámaras • 1 micrófono 	Rex/Paola	Paloma/Paulette	
19:00	19:05	Templete	Sube Banda 4		Roberto/Sandra	Paloma/Nanis	
19:05	19:10	Templete	Videobanda 4		Lalo	César	La videobanda corre al mismo tiempo que la banda.Preparar loop de logo por posible falla
19:10	19:40	Templete	BIEN NEROS - VIDEOAMBIENTES	<p>Bajo Micrófono AKG D112 Coco Acoustic B300H Gabinete Acoustic B115 MKLL Guitarras 1 Micrófono SHURE SM57 Amplificador FENDER HOT ROD</p>	Lalo	Areli	Corre videoambiente Banda 4. Empieza sin personal arriba del escenario. Se prepara performance 5. Verificar equipo Banda 5
19:40	19:45	Templete	Baja banda 4		Mariel/Sandra	Paloma/Nanis	ENTREGA DE PRIEMOS (SKIN LAB, KARHEIBA, LIVE SHOWS)Se va a aeros - Se preparan pelotas y video
19:40	19:45	Templete	Promoción de patrocinadores	Un micrófono	Johanna y Brije	Johanna	Papelaría Dibujo y Arte, Revista Baladí, el ombligo, olin colors, Galeria noox
19:40	19:50	Estacionamiento	Performance 5 - 3 Pelotas de colores 1 multimedia		Myrna	Lalo G	Staff apoyando a SYM con happening.Termina happening, se desmonta ponen música.

19:40	19:55	TI - 1	Entrevista 4 "Bien Ñeros"	<ul style="list-style-type: none"> • 3 ó 4 reflectores • 2 sillones • 100 cartulinas gama de color del concierto- • 1 lit. de pegamento • 3 m de pellón • 2 arañas con patrocinadores • 3 tripies • 3 cámaras • 1 micrófono 	Rex/Mariel	Paloma/Paulette	
19:50	19:55	Templete	Sube Banda 5		Roberto/Sandra	Paloma/Nanis	
19:55	20:00	Templete	Videobanda 5		Lalo	César	La videobanda corre al mismo tiempo que la banda.Preparar loop de logo por posible falla
20:00	20:30	Templete	MAN IN MOTION - VIDEOAMBIENTES	<ul style="list-style-type: none"> Back-line 2 cajas directas (ó 1 estereo) 3 atriles para micrófono. 6 Bases de teclado. Atril para Guitarra 2 extensiones de corriente A.C. Proyector de video (en caso de que el lugar disponga del sistema de pantallas) 	Felipe	César	Corre videoambiente Banda 5. Empieza sin personal arriba del escenario. Se prepara performance 6. Verificar equipo Banda 6
20:30	20:35	Templete	Baja banda 5		Roberto/Sandra	Paloma/Nanis	ENTREGA DE PRIEMOS (SKIN LAB, KARHEIBA, LIVE SHOWS) Se va a a ceros/Prepara cancion de Bob Marley
20:30	20:35	Templete	Promoción de patrocinadores	Un micrófono	Johanna y Brije	Johanna	Karheiba, fondaportefa, Thamyka, Status Eventos, Skin Lab.
20:30	20:35	Estacionamiento	Performance 6 - Globos de cantoya		Karla	Lalo G	Staff apoyando (20 personas) a SYM con happening.Termina happening, se desmonta ponen música.
20:30	20:45	TI - 1	Entrevista 5 "Man In Motion"	<ul style="list-style-type: none"> • 3 ó 4 reflectores • 2 sillones • 100 cartulinas gama de color del concierto- • 1 lit. de pegamento • 3 m de pellón • 2 arañas con patrocinadores • 3 tripies • 3 cámaras • 1 micrófono 	Rex/Roberto	Paloma/Paulette	
20:45	20:50	Templete	Sube Banda 6		Jamal/Sandra	Paloma/Nanis	
20:50	20:55	Templete	Videobanda 6		Lalo	César	La videobanda corre al mismo tiempo que la banda.Preparar loop de logo por posible falla
20:55	21:25	Templete	OM MANI PADMEHUM - VIDEOAMBIENTES	<ul style="list-style-type: none"> 1 Compresor DBX 2 Mesas forradas con tela negra 1 Maximizador BBE 1 Procesador de efectos Rever y Delay 1 Ecualizador RANE 1 Crossover RANE 1 Minero RANE DS 2 Tornamesas DENON Cd 2 Tornamesas técnica de vynil 1 poder 2,400 crown macro tech 1 poder 5,002 crown macro tech 1 poder CA12 crest 1 poder 10,000 Melo 	Lalo	Areli	Corre videoambiente Banda 6. Empieza sin personal arriba del escenario.
21:25	21:30	Templete	Baja banda 6		Jamal/Sandra	Paloma/Nanis	ENTREGA DE PRIEMOS (SKIN LAB, KARHEIBA, LIVE SHOWS)Se va a a ceros - Se prepara pirotecnia
21:25	21:30	Templete	Promoción de patrocinadores	Un micrófono	Johanna y Brije	Johanna	Brain Transmission, STAGE, impresos BOSS, Empalayas, Ambriz impresos
21:30	21:45	TI - 1	Entrevista 6 "Om Mani Padmehum"	<ul style="list-style-type: none"> • 3 ó 4 reflectores • 2 sillones • 100 cartulinas gama de color del concierto- • 1 lit. de pegamento • 3 m de pellón • 2 arañas con patrocinadores • 3 tripies • 3 cámaras • 1 micrófono 	Rex/Jamal	Paloma/Paulette	
21:45	22:00	Templete	Palabras de invitado	Un micrófono	Paloma	Johanna	Verificar seguridad y accesos libres
22:00	22:05	Templete	CLAUSURA	Dos micrófonos	Johanna	Johanna	Juegos pirotecnicos
Termina fromalmente el concierto.							
22:05	22:30	Estacionamiento	Entrega de equipo y Desmontaje		Paloma/Daniel F	Diego/Paulette	
22:30	23:00	Estacionamiento	Entrega de Recinto		Paloma/Daniel F	Diego/Paulette	

RUTA CRÍTICA
MUSSI Y LA MÁQUINA DEL TIEMPO QUE DANZA CON LA MÚSICA?

ANEXO 11



RUTA CRÍTICA		
Agoito	6	Revisión de Guión técnico y carpeta comercial Logotipo Finalizado
	5	Ensayo y grabación de todas las piezas musicales con orquesta Entrega primer animación de visuales El Pianista
Septiembre	4	Entrega 2 animaciones de visuales
	3	Entrega 2 animaciones de visuales Ensayo escénico con orquesta
	2	Entrega 2 animaciones de visuales Ensayo escénico con orquesta
	1	Entrega 3 animaciones de visuales Ensayo escénico con orquesta
Octubre	0	Entrega 3 animaciones de visuales Ensayo escénico con orquesta
		ESTRENO TORCARIUM CONSERVATORIO

CALENDARIO
TORCARIUM

ANEXO 13

OCTUBRE						
						1
2	3	4	5	6	7	8
Entrega 3 animaciones de visuales Ensayo escénico con orquesta					Ensayo General con orques, actores y video	Estreno Torcarium Conservatorio
9	10	11	12	13	14	15
Revisión de animaciones y vestuario para producción					REVISIÓN DE VESTUARIO	
16	17	18	19	20	21	22
					ANIMACIONES	
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

TORCARIUM
COSTO POR DIA (CIUDAD DE MEXICO)
UNA PRESENTACIÓN AL DÍA - MISMO LUGAR

HONORARIOS		
PIANISTA		\$3,000.00
ELENCO		\$52,300.00
STAFF		\$23,800.00
		\$79,100.00

VIIVOS		
PIANO (RENTA)		\$25,000.00
TRANSPORTE INTERNO		\$15,000.00
TRANSPORTE STAFF (2 DÍAS)		\$5,000.00
CATERING (DOS DÍAS)		\$20,000.00
		\$65,000.00

EQUIPAMIENTO		
RIDER		\$60,000.00
PRODUCCIÓN (DOS DÍAS)		\$75,000.00
		\$135,000.00

	CMCN	COSTO TOTAL
\$79,100.00	\$35,820.00	\$334,920.00

ELENCO			
Director Musical	1	\$8,000.00	\$8,000.00
Bailearina	2	\$2,500.00	\$5,000.00
Cantante	1	\$3,000.00	\$3,000.00
Cantante Sec.	1	\$1,500.00	\$1,500.00
Orquesta	16	\$2,000.00	\$32,000.00
Actores	4	\$700.00	\$2,800.00
		SUBTOTAL	\$52,300.00

STAFF			
Ingeniero Sonido	1	\$1,200.00	\$1,200.00
Asuntador Musical	1	\$1,300.00	\$1,300.00
Encargado Vestuario	1	\$1,200.00	\$1,200.00
Encargado Maquillaje	1	\$1,200.00	\$1,200.00
Encargado Iluminación	1	\$1,200.00	\$1,200.00
Encargado Video	1	\$1,200.00	\$1,200.00
STAFF SMART (2D)	7	\$2,200.00	\$15,400.00
STAFF APOYO GRAL. (2D)	3	\$400.00	\$1,200.00
		SUBTOTAL	\$23,800.00
		TOTAL	\$76,100.00

STAFF SMART (7)	\$1,200.00	UN DÍA (1D)
STAFF SMART (7)	\$2,200.00	DOS DÍAS (2D)
STAFF APOYO (3)	\$300.00	DOS DÍAS (1D)
STAFF APOYO (3)	\$600.00	DOS DÍAS (2D)

GLOSARIO

Acreditación: Gafete o documento que autoriza la identidad de la persona que lo porta bajo el cargo o función de las actividades dentro del equipo de producción.

Attrezzo: Se refiere a todo el material que se emplea en la escena, excepto la escenografía y el vestuario. Generalmente el *attrezzo* es tiene utilidad durante la representación.

Backstage: Se refiere a todo lo que sucede detrás del escenario, lo que él público no llega a ver.

Boceto: Primeros dibujos para representar las ideas estéticas de un espectáculo.

Caracterización: Elementos físicos que utiliza un actor para componer su personaje, entre ellos se encuentran el maquillaje, vestuario, máscaras y peluquería.

Cartel: Soporte publicitario que sirve para dar a conocer visualmente un proyecto escénico.

Cartelera: Tablero informativo donde se dan a conocer los tipos de espectáculos que un espacio escénico ofrece; además aparecen horarios, funciones, información, etc.

Clown: Palabra inglesa para referirse a un payaso, asimismo se refiere a un tipo de teatro de origen inglés generalmente mímico.

Cuarta pared: Se refiere al espacio imaginario entre el escenario y el público espectador.

Dead line: Se utiliza para referir a la fecha límite permitida para concluir un proyecto.

Efectos especiales: Conjunto de técnicas que se utilizan en cine o teatro para lograr que ciertas imágenes o sonidos parezcan reales.

Elipsoidal: Proyector de tres lentes que sirve para remarcar ángulos, existen de diversos tipos de ángulos de proyección.

Engagement: Compromiso de una marca con sus usuarios para generar interacción y seguimiento de ella.

Ensayo: Representación previa del espectáculo sin público con el fin de preparar a todos los involucrados del proyecto.

Escenario: Espacio en donde sucede el espectáculo, en él lo habita la escenografía y el talento.

Festival: Conjunto de representaciones de diversos niveles artísticos, que tienen espacio en el mismo día y lugar.

Fresnel: Iluminación de una lente escalonada, que permite enviar un haz de luz intenso con bordes ligeramente difusos

Filtros de color: Utilizado el iluminación, es un material gelatinoso que se coloca delante de la lente de los *spots*, reflectores y focos, para dar color al haz de luz. Antiguamente se les denominaba «gelatinas».

Gobo: Chapa metálica a prueba de altas temperaturas con figuras cortadas, se coloca entre las lentes de las lámparas para proyectar las figuras.

Happening: Tipo de espectáculo de improvisación sin texto o acción prevista en el que los actores persiguen que el público participe.

House: Se refiere a la cabina que controla la iluminación, el audio y los efectos de una producción, por medio de consolas electrónicas.

In illo tempore: En ese tiempo.

Luminicente: Que emite rayos luminosos.

Mailing: Envío masivo de información publicitaria de manera personalizada.

Mánager: Persona encargada de gestionar y organizar los asuntos laborales y legales de un artista.

Matte painting: Mezcla de técnicas digitales en las que se integran imágenes y videos en una escena a través de programas de 2D y 3D.

Merchandising: Venta de productos publicitarios con el fin de promocionar a un artista o evento.

Minute by minute: Significa «minuto a minuto», documentos que sirve para conocer el minuto a minuto de lo que sucede en la producción de un evento.

Motion graphics: Elementos gráficos en movimiento s través de animaciones digitales.

Pares: Tipo de luminarias, generalmente con luces LED.

Performance: Espectáculo en el que los actores se sirven de elementos escenográficos, sonidos y luces con el fin de sorprender e impactar a los espectadores.

Periacto: Aparato prismático de revolución con paisajes distintos pintados en cada una de sus tres caras. Se situaba uno a cada lado del escenario, y al girar ambos se producía el cambio escenográfico.

Planos: Dibujo a escala para la comunicación el proyecto entre los miembros del equipo creativo.

Props: Se refiere a la utilería y al *atrezzo* utilizado durante la representación.

Puppet o muppet: Títere o marioneta.

Rave: Evento de música electrónica en vivo, extendido por más de un día.

Recinto: Lugar designado para realizar un espectáculo.

Render: Imagen o escenario digital creado a partir de modelos 3D.

Rider Técnico: Documento en que se detallan las necesidades técnicas de un grupo o artista.

Rigger: Persona encargada de la operación y maniobras de gran tamaño y altura para el montaje de escenografías y luminarias.

Scouting: Exploración de un recinto para conocer sus características y evaluar su es adecuado para la realización del espectáculo.

Sketching: Técnica empleada a modo de boceto para la representación de una idea.

Staff: Conjunto de personas que forman parte del apoyo en el equipo de producción.

Stand up: Tipo de espectáculo humorístico que se actúa de pie y se abordan temas cotidianos y políticos

Story board: Conjunto de ilustraciones en secuencia con el objetivo de servir de guía para comprender una historia.

Talento: Artistas designados para la presentación de un espectáculo, ya sean bailarines, músicos, actores, entre otros.

Títere: Muñeco fabricado de distintos tipos de materiales manejados por una persona, generalmente dirigido a un público infantil.

Tramoya/tramoyista: Maniobras técnicas realizadas detrás del escenario, armado y movimientos mecánicos para el funcionamiento detrás del espectáculo.

Traspunte: Persona que indica la entrada y salida del talento y en dónde deben de aparecer y desaparecer

Utilería: Objetos utilizados en el escenario, comprados o construidos con el fin de hacer verosímil la representación.

Zarzuela: Obra literaria española que conjunta canto, y declamación.

BIBLIOGRAFÍA

Appia, A. (1921) *L'oeuvre d'art. Vivant*. Ginebra y París: Atar.

Argudin, Y. (1985). *Historia del teatro en México : desde los rituales prehispánicos hasta el arte dramático de nuestros días*. México: Panorama Editorial.

Bryan, S. (s.f.). *Teatro popular y sociedad durante el porfiriato*. México: El Colegio de México.

Cuadrado, M., y Berenguer, G. (2002). *El consumo de servicios culturales*. Madrid: ESIC Editorial.

De León, M. (2013). *Espectáculos escénicos, producción y difusión*. México: Conaculta

Díaz, A., Yépez, G.. (2013). *Cambios paradigmáticos del teatro mexicano siglos XX y XXI*. México: CITRU, INBA.

Dondis, D.A. (2017). *La sintaxis de la imagen*. España: Gustavo Gili, S.A.

García, A. (2011). *Teatralidad: Cómo y por qué enseñar textos dramáticos*. España: Editorial GRAÓ, de IRIF, S.L.

García, J., Poyato, M. (2002). *La función social del patrimonio histórico: El turismo cultural*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.

González, X. (2014). *Manual práctico de diseño escenográfico*. México, D.F.: Toma, Ediciones y Producciones Escénicas y Cinematográficas: Paso de Gato.

Leal, J. F., Barraza E. (2009). 1900: *Tercera parte. El circo y el cinematógrafo: Anales del Cine en México, 1895-1911*. México: Voyeur.

Moody, J., Dexter, P. (2010). *Concert Lighting: The Art and Business of Entertainment Lighting*. New York: Routledge.

Nava, A. (2016). *Fundamentos el Diseño Escenográfico*. México, D.F.: Toma, Ediciones y Producciones Escénicas y Cinematográficas: Paso de Gato.

Négrier, E., Bonet, L., Guérin, M. (2013). *Music Festivals, a Changing World*. s.l.: Michel de Maule.

- Olgúin, D. (2017). *Un siglo de teatro en México*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Palazón M. R. (2006). *Antología de la estética en México, siglo XX*. México: Universidad Nacional Autónoma De México.
- Pavis P. (2000). *El análisis de los espectáculos: teatro, mimo, danza, cine*. España: Paidós.
- Pavis, P. (1990) *Diccionario del Teatro. Dramaturgia, estética, semiología*. Barcelona: Paidós comunicaciones.
- Pérez, M.E. (2005). *Costumbrismo y litografía en México: un nuevo modo de ver*. México, DF: Universidad Nacional Autónoma De México. Instituto De Investigaciones Estéticas.
- Prats, C. (2012). *Escenografía y ópera en Valencia*. España, Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Raya, M. (1998). *Escenografía: Arte y oficio. Mesa: El teatro de México hacia el S XXI*. México: Colegio de Literatura Dramática y Teatro. Facultad de Filosofía y Letras. UNAM.
- Recchia, G. (1998). *Escenografía mexicana del siglo XX*. México: CONACULTA / INBA-CITRU / FONCA.
- Rinaldi, M., Santillán, V. (2016). *Diseño de Iluminación*. Buenos Aires, Argentina: Editorial de autores de Argentina.
- Romero, R., Zapata, S., Bazares, R. (2013). *El Diseño Teatral Iluminación, Vestuario y Escenografía*. Santiago, Chile: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.
- Rosas, A. (2010). *200 Años del espectáculo. Ciudad de México*. México: Océano.
- Roselló, D., (2011). *Diseño y evaluación de proyectos culturales*. España: Ariel.
- Ruiz, J. (2003). *La vida como cultura*. Madrid: Huerga Fierro editores.
- Spitz, B. (2014). *Barefoot in Babylon: The Creation of the Woodstock Music Festival, 1969*. New York: Penguin Ranfom House Company.
- Tena, R., García, J., Heredia F. (2012). *Escenópolis*. Madrid: Plaza y Valdés Editores.
- Wong, W. (1997). *Fundamentos del diseño bi- y tri-dimensional*. Barcelona: Gustavo Gili, S.A.

TESIS DE GRADO

Martínez, J. (2014). *Juan Ruesga: escenografía y espacio escénico Del Teatro Independiente al teatro público andaluz*. (Tesis doctoral). Universidad de Granada. Facultad de Filosofía y Letras, Granada, España.

Pérez B. E. (2010). *El cartel de teatro mexicano de la primera mitad del siglo XX. Una interpretación de la caracterización de la cultura popular*. (Tesis doctoral). Universidad Nacional Autónoma de México, México.

Salazar, J. (2018), *El Festival de Rock y Ruedas en Avándaro 1971 y el Documental de Alfredo Gurrola* (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional Autónoma de México, México.

ARTÍCULOS ELECTRÓNICOS

Alegría, M. (s.f.). *La carpa y el género chico, dos versiones populares, dos siglos en México*, s.f., de Universidad Autónoma Metropolitana Sitio web: http://zaloamati.azc.uam.mx/bitstream/handle/11191/2758/la_carpa_y_el_genero_chico__dos_diversiones_populares_dos_siglos_en_mexico_30_05.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Audiomunchies. (2015). *La historia de los festivales de música en México jamás contada*, s.f., de Congarovia Sitio web: <https://congarovia.com/2015/02/04/festivales-en-mexico/>

Colegio de Literatura Dramática y Teatro UNAM. (s.f.). Recuperado de: <http://teatro.filos.unam.mx/acerca-de-la-licenciatura/historia/>

Crestani, A. (s.f.). *Setenta años en el teatro universitario*, s.f., de UNAM Sitio web: http://www.revistadelauniversidad.unam.mx/0104/pdfs/res_sesenta_anos.pdf

Cruz, I. (2015). *Un poco de historia: El cabaret*. 2015, de Cartelera de Teatro Sitio web: <https://carteleradeteatro.mx/2015/un-poco-de-historia-el-cabaret/>

El Mexiqueño. (2016). *Festival Ometeotl: La verdadera cultura rave*. Recuperado de: <http://elmexiqueño.com/tag/festival-ometeotl/>

Filter México (s.f.). Recuperado de: <http://filtermexico.com/2016/01/21/conciertos-epicos-que-se-hicieron-en-mexico-y-seguramente-no-sabias/>

Hemeroteca PL. (2017). *1891: Nace el artista Carlos Mérida*. 2017, de Prensa Libre Sitio web: <https://www.prensalibre.com/hemeroteca/carlos-merida-nace-en-1891>

Live Performance Meeting (2018). Recuperado de: <https://liveperformersmeeting.net/editions/2018-rome/>

Martínez, J.L. (2000). *El momento literario de los contemporáneos*. 2000, de Letras Libres Sitio web: <https://www.letraslibres.com/mexico/el-momento-literario-los-contemporaneos>

Moreno, C. (2010). *México no sabe cuánto produce en cultura*. 2010, de El Economista Sitio web: <https://www.economista.com.mx/arteseideas/Mexico-no-sabe-cuanto-produce-en-cultura-20100609-0038.html>

Pradier A. (2013). *¿Qué es un espectáculo?*. 2013, de Escuela Superior de Arte Dramático de Castilla y León, Valladolid (España) Sitio web: http://www.revistafactotum.com/revista/f_10/articulos/Factotum_10_1_Adrian_Pradier.pdf

Ramírez, E. (s.f.). *Afición y Música Durante el Siglo XIX en México*. 2018, de Universidad Autónoma Metropolitana Sitio web: https://www.azc.uam.mx/publicaciones/tye/tye13/art_hist_04.htm

Rincón, S. (2013). *Los diseñadores detrás de los carteles del vive latino*. 2013, de Sin Embargo Sitio web: <https://www.sinembargo.mx/16-03-2013/559182>

Trance iT Magazine. (s.f.). *Tecnogeist, revolución en México*. Recuperado de: <https://trance-it.net/2017/03/tecnogeist/>

Vasallo, R. (2016). *La rocambolesca historia del Circo Orrin, uno de los primeros edificios de estructura metálica en México*. 2016, de INAH Sitio web: <http://www.boletin-3cnmh.inah.gob.mx/boletin/boletines/BMH%2036-3%20BR%20s-r.pdf>

Walker, M. (2018). *The Ultimate Social Media Image Size Guide for 2018*. 2018, de Social Media Today Sitio web: <https://www.socialmediatoday.com/news/the-ultimate-social-media-image-size-guide-for-2018-infographic/519183/>

ENCUESTAS

Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumos del Distrito Federal, 2010, CONACULTA.

Encuesta Nacional de Consumo Cultural, 2012, INEGI.

Encuesta Nacional de la Ciudad de México, 2015, Secretaría de Cultura.

REVISTAS

Briseño, R. (2015). *El teatro que transformó una identidad. Entremeses Cervantinos: Patrimonio Artístico de Guanajuato*. POLEN UG, 23, 6-17.

Dallal, A. (2010). *Los ojos del escenario*. Anales del Instituto de Investigaciones Estéticas, 96, p.56.

Ruesga, J. (2010). *Directores y escenógrafos ante la escenificación*. ADE Teatro, 131, p.44,45.

ENTREVISTAS EN ANÁLISIS DE PROYECTOS

SANTIAGO ALONSO - Director creativo y productor de *puppets*, ha trabajado en distintos proyectos de títeres para niños. Director de *Mussi y la Máquina del Tiempo* y Las Siete Bellas Artes para Niños.

ENRIQUE FERRÉ - Director de Spectacultura y de SMART, ha realizado distintas producciones y eventos deportivos, culturales y artísticos.

JOHANNA BLANCO - Egresada de la FAD. Productora de eventos, y catedrática universitaria. Realizó actividades de dirección de operaciones en distintos inmuebles de OCESA.

LUIS ÁNGEL VÁZQUEZ - Jefe de producción de *Mussi y la Máquina del Tiempo*. Realiza el montaje del *branding* de F1 para medios.

ARELI GONZÁLEZ - Egresada de la FAD. Actualmente animadora de *Ánima Studios*, ha participado en proyectos de teatro y conciertos.

CÉSAR CANO - Egresado de la FAD. Actualmente animadora de *Ánima Studios*, ha participado en proyectos de teatro y conciertos. Profesor y especialista en *mapping* y audiovisuales.

DIEGO HERRERA - Egresado de la FAD, Asistente de Dirección de *Mussi y la Máquina del Tiempo*. Subdirector de Las Siete Bellas Artes para Niños.

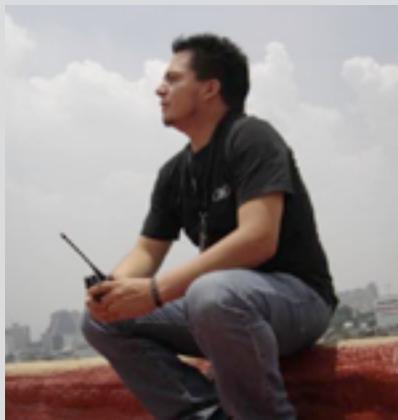
GABRIELA GÓMEZ - Egresada de la FAD. Ha participado en la producción de distintos conciertos y espectáculos con orquesta en vivo y proyecciones cinematográficas.

ENTREVISTAS PARA CASOS DE ÉXITO



MARCELO MARTÍNEZ

Egresada de la ENAP. Actualmente, Gerente Técnico en *Les Misérables* México, anteriormente, fue Gerente Técnico en *El Rey León* México y Gerente Técnico por 7 años en el Teatro Zentrika Santa Fe con más de 20 temporadas de teatro, entre otros eventos. También realizó Diseño Gráfico y Multimedia como freelance, sobre todo en proyectos escénicos.



FRANCISCO RAMOS

Egresado de la ENAP. Coordinador de Eventos Coordinador de Operaciones de los Teatros Telmex, OCESA, realizando las funciones de supervisión y coordinación del personal. Gerente de Operaciones del Teatro Zentrika Santa Fe. Coordinador de Operaciones de Cirque du Soleil, Gerente de Giras y Eventos Especiales OCESA, para giras del en Colombia, Costa Rica y México.



MICHELLE RODRÍGUEZ

Egresada de la ENAP. Actriz, cantante y comediante de *stand up*, ha participado en telenovelas como *Amores Verdaderos* y *40 y 20*, ha participado en 2 temporadas en Comedy Central. Participó en múltiples obras teatrales y de televisión, actualmente forma parte del elenco principal de la puesta en escena *Les Misérables* en el Teatro Telmex. Actualmente participó en el proyecto *LOL* y *Me caigo de risa*.

