

Gabriele. Nivel 2

Teatros



TP. 04 - Diseño de programas de identidad visual de mediana complejidad



Programas Visuales

Diseño de procesos

FICHA

TP.04 - TEATROS

Diseño de Identidad

Comitentes:

1. Teatro Nacional Cervantes
2. Teatro General San Martín
3. Teatro Colón
4. Teatro Argentino (La Plata)
5. Teatro 25 de Mayo
6. Teatro Regio
7. Teatro Timbre 4
8. Teatro del Picadero
9. Teatro Coliseo
10. Sportivo Teatral
11. Teatro ND Ateneo

Análisis:

- Historia de su constitución.
- Nombre. Formas de nombrar el teatro, identidad y sigla.
- Contexto urbano y emplazamiento en la ciudad.
- Público que lo visita.
- Criterio de curaduría y selección de materiales para la programación.
- Historia edilicia y análisis arquitectónico.
- Fachada del edificio y organización interna de los espacios.
- Actividades propias.
- Actividades conjuntas con otras instituciones.
- Relación con la comunidad.
- Estrategia actual de comunicación del espacio.
- Aspectos que consideren relevantes.

Objetivos

- Diseñar una marca para el teatro elegido y sus aplicaciones normativas básicas.
- Desarrollar una estrategia de comunicación y un enfoque rector a partir del análisis del comitente asignado.
- Desarrollar un programa visual acorde a las necesidades, sus reglas básicas de configuración, sus variables, sus constantes y todos aquellos elementos pertinentes que el estudiante considere oportunos para la comprensión global de la problemática.
- Comprender el espacio en función del hombre y su escala.

Metodología

Se realizará una investigación sobre el teatro elegido y un relevamiento fotográfico del espacio (por dentro y por fuera).

Tanto la investigación como el relevo visual deberán poder generar puntos de partida posibles para el abordaje conceptual. Sondear

posibles abordajes vinculados a qué elementos determinantes del teatro son los que quiero rescatar para trabajar en una hipótesis de identidad. Estos elementos determinantes permitirán al alumno encausar un recorte posible y abordar la problemática del signo marcario, sus gestos, y el desarrollo de un programa visual homogéneo que de cuenta de un carácter identitario.

Paralelamente el alumno deberá elegir 5 espectáculos que hayan formado parte de la programación del teatro y que sirvan como corpus conceptual para reforzar la esencia del proyecto de identidad. El criterio de elección de las obras y la afinidad conceptual serán parte del proceso de estudio y análisis.

ETAPA 1 - Paneles de Investigación

Se realizará un relevamiento fotográfico del espacio elegido y se editará el material estableciendo una mirada personal sobre el lugar. Luego se realizará una traducción gráfico/morfológica de las imágenes editadas, generando una pieza con los diferentes signos, texturas, tramas y derivados gráficos de las relaciones formales analizadas en las fotografías (estructura, tensiones, ritmos, colores, tono, saturación, materialidad, repeticiones, etc..)

Por último se realizará una pieza tipográfica con palabras organizadas por sustantivos, adjetivos y verbos, que definan y den cuenta del espíritu del teatro. Palabras que nos den indicios del tipo de mirada, de aquello que el ojo rescató.

Implementación

El trabajo se desarrollará de manera individual.

3 paneles formato SUPER A3 sin montar

Panel 1 - relevo fotográfico

Panel 2 - traducción morfológica

Panel 3 - sustantivos, adjetivos, verbos.

Etapa 2 - Identidad Global

Marca - Programa de identidad

- A partir de la investigación, cada alumno deberá diseñar una marca para la institución elegida, rescatando aspectos formales y constitutivos de la misma.
- El alumno determinará la incorporación de un isologo de creerlo necesario.
- El trabajo práctico busca generar un programa visual para el teatro elegido.
- Se definirá un enfoque o hipótesis de identidad que establezca una clara relación entre la totalidad de las piezas a diseñar.
- Se establecerá un partido gráfico que permita reconocer una rela-

ción visual de diferente grado entre las diferentes piezas del sistema.
- Comprender las reglas que rigen al programa visual teniendo en cuenta los ejes: estructura / imagen / tipografía.
- Diseñar las siguientes piezas:

- **Diseño de Marca** (logotipo/isologotipo) junto a su normativa básica: aplicaciones, configuraciones, composiciones cromáticas, universo tipográfico y apertura de marca.
- **Sistema de Arquigrafía** (con 4 niveles de lectura en todo el sistema y mínimo 3 piezas / banners).
- **Fotomontajes de la arquigrafía.**
- **Afiche vía pública.**
- **Pieza editorial institucional del teatro. Sistema de 3 postales de difusión**
- **Merchandising.**

Implementación

El ejercicio se desarrollará de manera individual y se entregaran las siguientes piezas:

a) **PANEL DE MARCA:** 1 panel de 60 x 90 cm (vertical): montado en soporte rígido con: **Aplicación color positiva de la marca completa, Configuraciones de marca, Colores y Tipografías institucionales, Aplicaciones de marca, Apertura de marca, Pieza editorial (12 páginas), postales y todos los usos de la marca en diferentes piezas que consideren necesarias.**

b) **PANEL DE ARQUIGRAFÍA:** 1 Panel de 60 x 90 cm (vertical): montado en soporte rígido con: **Arquigrafía, detalles, fotomontajes que verifican su implementación, gráfica ambiental, afiche de vía pública y su fotomontaje.**

c) **MAQUETA DE LA PIEZA EDITORIAL:** Impreso bidimensional, formato A5 (mínimo), 12 páginas incluyendo tapas (de mínimo)

Fecha de entrega: **Lunes 3 de diciembre de 2018** / hasta las 20.30 hs. (En taller a definir)

Devolución de notas: **Lunes 10 de diciembre de 2018** (En taller a definir)

Levantamiento de actas: **Jueves 13 de diciembre de 2018** / A partir de las 19.00 hs. (En taller a definir)

FICHA

TP.04 - TEATROS

Diseño de Identidad