

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Programa de Diseño Gráfico

“Diseño de una Campaña de
divulgación para promocionar el
Teatro de Arte Universitario
(TAU)”

Proyecto de Graduación presentado por:
Karin Jeaneth Cifuentes Palacios
previo a optar el Título de
Técnico Profesional en Diseño Gráfico

Expresa tu
creatividad
actuando

Guatemala, octubre del 2,003
Examen Público



D.L.
02
T(1121)

Teatro de Arte Universitario

NOMINA DE AUTORIDADES

JUNTA DIRECTIVA FARUSAC

Decano: Arq. Carlos Enrique Valladares

Secretario: Arq. Alejandro Muñoz Calderón

Vocal I: Arq. Edgar López Pasas

Vocal II: Arq. Jorge Arturo González Peñate

Vocal III: Arq. Jorge Escobar Ortiz

Vocal IV: Bach. Werner Enrique García Vicente

Vocal V: Bach. Brenda Rocío Araujo

TRIBUNAL EXAMINADOR

Lic. César Padilla

D.G. Ilma Prado

D.G. Yadira Aguilar

ASESORES DEL PROYECTO

Asesor Gráfico:

D. G. Byron Reneé del Cid

Asesor Metodológico:

Arq. Julio Roberto Tórtola

Expresa tu Creatividad Actuando

DEDICATORIA

Acto que dedico a:

Nuestro Señor Jesucristo:

Primero, por darme la dicha de la "vida", ya que sin ella no estaría ni sería lo que soy ahora. Segundo, por guardarme y guiarme siempre en cada paso dado y por dar, demostrándome siempre su amor incondicional en cada experiencia de mi vida y de mi carrera.

A mis Padres:

Porque los amo con todo mi ser, por ser como son, "realmente incomparables", por brindarme siempre su apoyo en las buenas y en las malas y además, de ser los seres a quienes les debo mi vida entera.

A mis Amigos:

Por estar siempre en el momento justo cuando más los necesité, brindándome todo su apoyo y su amistad. Gracias a Dios porque él los puso en mi camino. Gracias por ser mis amigos.

Y a todas las personas que de una y otra forma me ayudaron en el desarrollo de este proyecto...

¡¡GRACIAS!!

Expresa tu Creatividad Actuando

INDICE

Introducción 1

Capítulo I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Formulación del problema de investigación 2
1.2 Delimitación 2
1.3 Planteamiento del problema 3
1.4 Justificación 3
1.5 Objetivos 4
1.5.1 Objetivos generales 4
1.5.2 Objetivos específicos 4
1.6 Método de diseño 4

Capítulo II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

"El teatro en Guatemala"

2.1 Teatro 9
2.2 Características del teatro 9
2.3 Propósitos del teatro 10
2.4 El actor 10
2.5 Origen del teatro 11

Expresa tu Creatividad Actuando

Teatro de Arte Universitario

2.6 Historia del teatro guatemalteco	12
2.7 Historia del Teatro de Arte Universitario	15
2.8 Dirección General de Extensión Universitaria	17
2.9 Organigrama	18
2.10 Campaña publicitaria	20

Capítulo III

MARCO CONTEXTUAL

3.1 Antecedentes	22
3.2 Datos acerca del contexto	22
3.2.1 Universidad de San Carlos de Guatemala.....	22

Capítulo IV

PROPUESTA GRÁFICA JUSTIFICADA

5.1 Afiche	24
5.2 Trifoliar	25
5.3 Manta	27
5.4 Valla	28
5.5 Lapicero	29
5.6 Gorra	29
5.7 Camisa tipo Polo	30
5.8 Boleto	31

Expresa tu Creatividad Actuando

Capítulo V

**COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE
LAS PIEZAS DE DISEÑO**

5.1 Población de estudio	32
5.2 Técnica utilizada para la comprobación de la eficacia de las piezas	32
5.3 Elaboración de la prueba	32
5.4 Bases de la encuesta	32
5.5 Datos obtenidos	33
Conclusiones	38
Recomendaciones	39
Bibliografía	42
Glosario	44
Anexos	49

Expresa tu Creatividad Actuando

INTRODUCCIÓN

El Teatro como medio de comunicación, desempeña una función hacia el desarrollo de actividades expresivas y creativas, ya sea educativo, psicológico y social, tanto del individuo en sí mismo, como en su interrelación con el medio que lo rodea y los demás seres humanos. Con base en lo anteriormente expuesto, se crea en el marco de la extensión de la Universidad de San Carlos, el Teatro de Arte Universitario, el cual funciona como una vía de acción y desarrollo que sirve de complemento a la formación académica de los estudiantes universitarios, a través de capacitación teórico - práctica.

El diseño de la campaña de divulgación que promociona el Teatro de Arte Universitario, incluye en este caso un trífoliar, afiche, boletos de entrada, manta informativa de las actividades de la Institución, una valla para exterior, así como artículos promocionales tales como lapiceros, gorras, y playeras. Todo esto atendiendo a las necesidades específicas de la población incluida en el estudio. Este estudio busca satisfacer a través de una propuesta gráfica dichas necesidades, la cual se verá justificada por medio del empleo del Método de Diseño de Cuatro Etapas.

La estructura de nuestro estudio tiene como primer punto básico "El planteamiento del problema de Investigación", aquí se incluyó el problema por resolver, la justificación, los objetivos del estudio realizado y el método con que se llevó a cabo la investigación. Como punto número dos "Marco Teórico-Conceptual". Éste está constituido por toda la información obtenida en relación con la Institución a la que se le trabajaron las piezas de diseño para su promoción. Continuando con el tercer punto básico encontramos el "Contexto", el cual nos muestra una serie de datos, de nuestro grupo objetivo. Como penúltimo tema central que se expone en nuestro estudio tenemos la "Propuesta Gráfica Justificada", en la cual se presenta todo el procedimiento realizado con las piezas gráficas, iniciando con los bocetos, luego los bocetos hasta llegar a las piezas finales. Para finalizar se expone la comprobación de las piezas, si fueron o no eficaces para nuestro objetivo.

Expresa tu Creatividad Actuando

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

El presente capítulo pretende dar al lector una visión general de las ideas que motivaron la elaboración de la campaña de divulgación para llevar a cabo la promoción del Teatro de Arte Universitario. Tales ideas parten desde el planteamiento del problema, motivado por la falta de conocimiento del tema, hasta la determinación de los objetivos que tienden a dirigir el proceso de investigación / comunicación.

1.1 FORMULACIÓN

Se detectaron deficiencias existentes en el proceso de difusión del Teatro de Arte Universitario y de las actividades que realiza, las cuales se ven acrecentadas debido a la ausencia de material divulgativo por parte de la Institución para promocionarse dentro de su grupo objetivo.

Así mismo se tomaron en consideración elementos de composición, color, diagramación y desarrollo de figura-fondo, en el plano bidimensional. Todos los puntos mencionados anteriormente se proponen y perciben en la fase de ejecución de las piezas de diseño.

Si estos elementos son verificados en el proceso de desarrollo de las mismas, se asegurará su mejor comprensión y dará como resultado el éxito deseado, el cual sería generar un cambio de actitud en el consumidor.

Para el desarrollo de este estudio, la población objetiva fluctuó entre las edades de 18 a 28 años; en la cual el estatus socio-económico oscila desde la clase media-baja, hasta la clase alta-media; con el nivel de educación universitario, de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

1.2 DELIMITACIÓN

En el presente estudio se llevó a cabo la elaboración de afiches, trifoliales mantas, vallas y artículos promocionales.

Expresa tu Creatividad Actuando

que permitirán identificar a la Institución para con los demás y consigo misma.

El desarrollo de este estudio tendrá lugar en la Ciudad de Guatemala, dirigida a nuestro grupo objetivo que son jóvenes univesitarios de la Univesidad de San Carlos de Guatemala, entre las edades de 18 a 28 años.

Se llevó a cabo durante el período comprendido de Julio a Septiembre del 2,001 (3 meses).

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Teatro de Arte Universitario, desde su inicio, ha contado con un bajo nivel de difusión de las actividades que realiza.

Esta característica de la Institución ha venido en aumento debido a la falta de

divulgación y ausencia de material publicitario, que no le permite identificarse y promocionarse dentro de su grupo objetivo.

Esto es un obstáculo para obtener una mayor afluencia de público hacia ellos. Por eso se brinda una solución por medio de una Campaña Publicitaria que busca una respuesta positiva y asegura un cambio en el espectador.

1.4 JUSTIFICACIÓN

Tomando en cuenta las deficiencias existentes en el proceso de difusión del Teatro de Arte Universitario y de las actividades que este realiza, y por la ausencia material divulgativo, este estudio busca desarrollar una solución, a través de una serie de propuestas creativas que tienden a desarrollar un sistema de comunicación gráfica que permita identificar a la Institución y promocionarse dentro de su grupo objetivo. En éstas se tomaron en consideración elementos de composición, color, diagramación y desarrollo de figura-fondo, en el plano bidimensional por utilizar. Fue importante la verificación del proceso de desarrollo de las piezas, para asegurar su mejor comprensión y dar como resultado el éxito deseado, el cual es generar un cambio de actitud en el consumidor.

Expresa tu Creatividad Actuando

1.5 OBJETIVOS

Los objetivos que se pretenden alcanzar a través del presente estudio se enumeran a continuación:

1.5.1 Objetivo general

- * Crear una campaña de comunicación publicitaria, con la cual se puedan dar a conocer las actividades que realiza el Teatro de Arte Universitario TAU.
- * Dar a conocer por temporada, sus obras teatrales.

1.5.2 Objetivos específicos:

- * Diseñar bifolios publicitarios en los cuales se den a conocer las actividades que realiza el Teatro de Arte Universitario.

- * Diseñar una serie de afiches promocionales acerca del Teatro de Arte Universitario, y de las actividades que realiza; para lograr una mayor afluencia de público, en este caso la población estudiantil de la Universidad de San Carlos de Guatemala y todos los jóvenes estudiantes que quieran expresarse, introducirse y crecer en el arte de la actuación.
- * Diseñar mantas, vallas y artículos promocionales, como lapiceros, gorras, playeras y boletos de entrada, con los cuales se dé a conocer el Teatro de Arte Universitario.

1.6 MÉTODO DE DISEÑO:

"Con el proceso de cuatro etapas, se constituye un nuevo método que viene a justificar e innovar las prácticas en los procesos de diseño, para una mejor visualización del diseñador.

Aunque se sabe que todo diseñador gráfico practica este proceso de una forma empírica, se trata de informar cómo se aplica cada una de estas etapas: racional, creativa, constructiva y evaluativa, y qué significa cada una de ellas, aventajando a otros métodos o procesos del diseño.

Expresa tu Creatividad Actuando

Teatro de Arte Universitario

Se considera que el proceso de cuatro etapas, es rápido y fácilmente comprensible, si se utiliza como base de cualquier proceso de diseño, ya que llevará al diseñador gráfico por un camino mucho más ordenado y metódico, dando como resultado un trabajo totalmente exitoso en el campo del diseño gráfico.

Es posible que dicho proceso sea una interpretación guatemalteca, iniciada en las teorías de la arquitectura de la Facultad de Arquitectura USAC.

El proceso de Cuatro Etapas constituye un instrumento importante y fundamental dentro de todo trabajo creativo del diseñador gráfico.

El diseño no es un resultado igual al dibujo como comúnmente se cree, sino se diferencia de éste, puesto que el diseño es un proceso planificado que conlleva una serie de etapas que servirán para lograr un resultado altamente confiable y efectivo". (Tórtola, 2000:41-42)

"Este proceso está conformado por 4 etapas, las cuales son:

- * Racional
- * Creativa
- * Constructiva
- * Evaluativa

Etapas racionales:

En esta etapa, deben considerarse varios aspectos que nos servirán de punto de partida para la elaboración de Diseño.

Estos aspectos son:

A) Recopilación de información:

Es importante reunir la mayor cantidad de información con respecto a lo requerido por la persona que ha solicitado los servicios de diseñadores gráficos.

Es conveniente utilizar una lista de cotejo que será de mucha utilidad para tener en orden la información. Se debe saber, en primer lugar, cuál será el tema (político, cultural, social, etc.), que se quiere comunicar, a qué grupo objetivo (edad, sexo, nivel socioeconómico, nivel académico, ocupación, etc.) y cómo se quiere emitir (por medio del cartel, tríptico, volante, papelería, etc.). Ya obtenidos los datos, se debe realizar una investigación del tema en cuestión.

Expresa tu Creatividad Actuando

B) La Investigación:

Esta se realizará con respecto de la población, ya sea ésta de campo, bibliográfica o gráfica, para saber cuáles serán nuestras limitaciones, (técnicas o económicas), y cómo realmente se debe emitir el mensaje sobre la base de lo investigado.

Etapas creativas:

La etapa creativa es la de interpretación. Aquí, el diseñador se convierte en una caja de cristal, puesto que va a crear, formular, desarrollar y elegir alternativas de solución (fórmulas o técnicas) con base en la racionalidad, es decir, en toda la información que ha sido recibida mediante una secuencia planeada, y es aquí, en esta etapa, en donde se debe compactar toda la información a fin de que se pueda lograr una o varias configuraciones aceptables como alternativas.

El diseñador deberá llevar
en esta etapa la
siguiente
secuencia:

- * Analizar mediante la información e imaginar posibles soluciones (análisis mental).
- * Plasmar sobre cualquier papel, todas las imágenes mentales creadas, a lápiz, la cantidad que sea para que se tenga un alto número de bocetos.
- * Elegir las mejores opciones, que serán realizadas en color y con detalle, para que el cliente pueda visualizar claramente la presentación del material. Es aquí en donde el cliente aprueba o desaprueba, opina, hace cambios y transforma las alternativas de acuerdo con sus gustos y necesidades (bocetaje).
- * Dadas todas las indicaciones por el cliente, realizar un boceto acabado que reflejará de una manera objetiva, el resultado de la impresión. Esto se hace con el fin de que el cliente conozca anticipadamente la respuesta esperada y pueda, aún, hacer las últimas correcciones para que, al final, se obtenga un trabajo satisfactorio.

Etapas constructivas:

Esta etapa es la más próxima al diseño total. En esta etapa se presenta el arte final para su aprobación, el cual será utilizado para la elaboración.

Expresa tu Creatividad Actuando

Corresponde a esta fase la formalización del resultado. Es la visualización del prototipo original, el mensaje como modelo para su reproducción y difusión.

De aquí se traslada a otras tareas que ponen fin a esta etapa: Producción técnica del producto o mensaje, elección del medio de impresión, supervisión de la impresión y entrega de la producción seriada.

Etapa evaluativa:

En la etapa evaluativa, se debe comprobar si ha sido logrado lo planteado inicialmente. Es aquí donde se verificará si la solución definitiva responde al objetivo del emisor.

La evaluación debe realizarse objetivamente (ventajas y desventajas), a los tres campos que abarca el proceso del diseño. que son éstos:

- A. El diseñador gráfico, quien ha transferido la información a un lenguaje gráfico.
- B. El cliente, empresa, institución, organización, servicio o comercio, que quiere transmitir un mensaje.
- C. El grupo objetivo, quien es el público al cual el cliente quiere hacer llegar su mensaje y con base en cual el diseñador gráfico ha elaborado todo el proceso.

La evaluación es el parámetro de todo proceso, es la balanza que indica el grado de efectividad del diseño y determina las distintas conductas adoptadas por cada uno de los campos correlacionados (diseñador gráfico, cliente, público objetivo)". (Tórtola:2,000:41,42)

Expresa tu Creatividad Actuando

Resumen del proceso de cuatro etapas

Etapa I	Etapa II	Etapa III	Etapa IV
RACIONAL	CREATIVA	CONSTRUCTIVA	EVALUATIVA
Recopilación de datos Lista de Cotejo Investigación	Análisis mental Prebocetaje Bocetaje Bocetaje final	Elaboración de Arte Final Producción técnica del producto o mensaje final Pruebas de imprenta Impresión seriada Entrega al cliente de la producción	Al diseñador gráfico Al cliente Al público objetivo Técnicas de validación Pequeños grupos se encuestan para vertir opinión del diseño, si es positivo se da por válido, si es negativo se retroalimenta y se rediseña.

Expresa tu Creatividad Actuando

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL El teatro en Guatemala

En este capítulo, se presentan la teoría o definiciones disponibles que servirán de base a la propuesta gráfica que busca otorgar una solución concreta al problema planteado. Los contenidos propuestos en este capítulo son el resultado de una investigación referente al tema.

Se toma del libro "El Teatro como Medio de Comunicación", de la autora Flor de María Cajón Aguilar, las siguientes definiciones:

2.1 TEATRO

Según Aristóteles:

"La meta del teatro no es representar la experiencia externa de las cosas, si no su significado interno, porque ésta es su verdadera realidad.

Es importante señalar que las emociones que se sienten en la vida del teatro y las que se obtienen en el teatro son en esencia las mismas, es por eso que Gassner, ha definido al teatro como: (" La realidad de la vida y la realidad teatral.")

2.2 CARACTERÍSTICAS DEL TEATRO

Dentro de las características del teatro encontramos que, a través de él, se puede leer la realidad, para interpretarla en una continua remisión. La esencia específica de la labor teatral es identificarse claramente con la presencia física de dos grupos que convergen para mostrarse y acogerse.

En el teatro puede exhibirse una habilidad, una destreza, el dominio de una técnica. El teatro para que pueda cumplir con su misión fundamental, que es presentar la realidad con sus problemas cotidianos y sus posibles soluciones, cuenta con elementos fundamentales. Entre ellos, se encuentra UN BUEN ACTOR.

Expresa tu Creatividad Actuando

2.3 PROPÓSITOS DEL TEATRO

Dentro de los propósitos del teatro están:

Transmitir un placer estético, aclarar las ideas, pensamientos y emociones del artista a su público. El teatro básicamente es una evasión, por lo que la persona regularmente asiste al teatro.

El teatro por naturaleza es:

- * Metáfora.
- * Fantasmagoría.
- * Juego.

2.4 EL ACTOR

El actor es el elemento principal en el teatro, y entre los aspectos principales que debe poseer un actor son:

- * Su cuerpo.
- * Su voz.
- * Una buena actuación.

La actuación encierra puntos importantes para el actor, siendo estos:

- * Concentración.
- * Memoria.
- * Imaginación.
- * Investigación.
- * Expresión corporal.

Otros factores que entran en juego en cuanto al actor son:

- * Ethos:

El personaje actúa y su actuación presenta dos aspectos: Ethos (es la acción misma) y Dianoia (es la justificación a esa acción "al discurso").

Expresa tu Creatividad Actuando

* Empatía:

Se define como la relación emocional entre el personaje y el espectador.

* Harmatía:

"Es también conocida como falla trágica, es la única que existe en el personaje. La harmatía es la única que debe ser destruida para que el ethos del personaje se conforme en su totalidad con el ethos de la sociedad." (Cajón, 2000: 14-16)

2.5 ORIGEN DEL TEATRO

"Para los preparativos de la esquemática representación dionísiaca de los comienzos, no hacía falta rebuscados artificios para el desarrollo de las más antiguas

expresiones especulares, era suficiente un simple espacio circular (orchestra: lugar destinado a la danza) en PLEIN AIR, en medio del cual se levantaba el altar del dios (timéle).

Con la introducción de ese elemento revolucionario, Hipócrates creyó necesario el empleo de una cortina (skéné, en griego, del que se deriva "escena"), detrás de la cual el actor podía cambiar de indumentaria. A raíz de esto se planteó el problema de hacer visible la acción al mayor número de espectadores; para hacer el Téatron (lugar donde se va a mirar) se escogió la ladera ligeramente inclinada de una colina y allí se colocaba primero de pie sobre la pendiente natural y después sobre tribunas o gradas de madera, el público, no ya alrededor, sino frente a los actores. Sucedió lo que tenía que pasar: debido a una muchedumbre apiñada e incontenible, un día aciago, las frágiles estructuras de madera cedieron bajo el peso excesivo arrollando a muchos bajo las ruinas. A pesar de la desgracia, todavía se siguió usando durante muchos años el sistema de las gradas de madera; sin embargo continúa abriéndose camino, al tiempo que iba aumentando el éxito de los espectáculos públicos, la idea de albergar la masa del público en una construcción de piedra sólida: es muy probable que el primer teatro edificado con estas características se terminara para las representaciones atenienses del año 330 antes de J.C.

En su forma más simple y difundida, el teatro griego se divide en tres partes esenciales:

Expresa tu Creatividad Actuando

- * Una plataforma larga y estrecha (el LOGHEION, lugar donde se habla: el futuro escenario) destinada para la actuación de los actores.
- * Un espacio semicircular, llamado ORCHESTRA, reservado a los cantos y a las evoluciones del coro.
- * Una serie de tribunas o gradas (KOILON) divididas en sectores donde se sentaban los espectadores.
- * Detrás del logheion se levantaba la SKENÉ que, de una sencilla cortina como era en las más sencillas representaciones, se transformó más tarde en un auténtico elemento escenográfico.

En este ambiente de perfecta aunque sencilla geometría, unas figuras de dimensiones más que humanas se movían solemnemente con aire majestuoso y hablaban con voz de trueno: los actores." (Enciclopedia Temática Sopena IX, 1.982:9.-16.)

2.6 HISTORIA DEL TEATRO GUATEMALTECO

Se entenderá como teatro toda la actividad realizada por los directores, actores y técnicos, en la realización de montaje de obras. Se entiende como teatro guatemalteco la actividad teatral realizada por directores, actores y técnicos guatemaltecos en el montaje de obras de autores nacionales y extranjeros.

Guatemala se ha destacado por presentar montajes de obras de autores extranjeros más que nacionales, a consecuencia del ambiente político en la que estuvo y sigue estando inmersa la sociedad guatemalteca, sin embargo esto no impidió que los directores llevaran a escena obras de denuncia y crítica social.

Durante el período de 1,970 a 1,980, la actividad teatral se ve favorecida, la afición por el teatro aumenta progresivamente debido al tipo de obras que se representan. En esa época, fueron incluidas en los festivales de teatro guatemalteco, obras de denuncia política y social de dramaturgos nacionales y extranjeros entre los que podemos mencionar a Manuel Galich, Manuel José Arce, Hugo Carrillo, María Luisa Aragón y Víctor Hugo Cruz. Entre los grupos que sobresalen en este período están: Teatro Acción de Buenos Aires y el Teatro Popular de Bogotá.

Expresa tu Creatividad Actuando

Teatro de Arte Universitario

De gran importancia para el teatro nacional ha sido la actividad de Julio René Díaz y Ricardo Mendizabal, directores del Grupo Diez, quienes han promovido el montaje de obras extranjeras.

A la par de los directores antes mencionados, se encuentran las actividades teatrales dirigidas por Alberto Martínez, Domingo Tessiere y Carlos Catania, quienes obtuvieron valiosos logros en cuanto a una mayor apertura y aceptación del público hacia las obras, debido a la incorporación de nuevas técnicas y a la calidad artística de actores y técnicos.

Dentro de la actividad teatral en Guatemala, cabe destacar la realizada por los grupos teatrales guatemaltecos que dan al quehacer dramático cambios y avances de las técnicas teatrales.

- * Grupo de la Universidad Popular
- * Compañía de Teatro para niños
- * Grupo Nalga y Pantorrilla
- * Grupo Los Comediantes
- * Grupo Diez
- * Grupo Experimental del I.G.S.S.
- * Grupo Teatro - Taller Municipal
- * Grupo Teatro Centro
- * Grupo de Teatro para niños UPCITO
- * Grupo Teatro Vivo

El teatro guatemalteco en las diferentes etapas por las que ha pasado ha logrado proyectarse positivamente hacia el pueblo, si se tienen en cuenta las limitaciones que ha tenido en nuestro país a consecuencia de las dictaduras en la que ha estado inmersa Guatemala. Sin embargo, no se puede decir lo mismo en este momento, en vista de que se está regresando poco a poco a la democracia y la libertad, pero en cuyo contexto social subsisten todavía la injusticia y las desigualdades para mantener y acrecentar el poder de unos pocos frente a las crecientes multitudes depauperadas, que demandan cada vez más su activa participación en los bienes y servicios de la sociedad.

Una de las personalidades que más apoyó la actividad teatral en Guatemala fue la actriz Norma Padilla, quien con sus inquietudes concibió una especie de Festival Popular

Expresa tu Creatividad Actuando

Teatro de Arte Universitario

Provincial que llamó Muestra Nacional de Teatro Departamental, que tenía como objetivo fundamental el motivar la creación teatral en los veintidós departamentos que conforman la República de Guatemala. Otra actividad que tuvo mucha proyección hacia la sociedad guatemalteca fueron las Temporadas Populares Ambulantes de Teatro, cuyo objetivo fue recorrer la provincia e impulsar la actividad teatral así como Festivales de Teatro de los Barrios que tuvieron como finalidad recorrer los barrios de la ciudad capital y dar oportunidad a la clase proletaria que no podía ingresar a las salas a ver teatro. Se logró con ello involucrar al pueblo en el quehacer teatral.

A parte de esos festivales, promovió las temporadas de teatro para estudiantes que tenían como objetivo primordial presentar obras del curriculum de estudios del nivel medio. También impulsó en 1,962 conjuntamente con Hugo Carrillo el Festival de Teatro Guatemalteco que se caracterizó por llevar a escena obras de autores nacionales como también

la formación de grupos y el ingreso a las artes escénicas de nuevos actores.

Otras de las entidades que cumplió con esta función fue el Teatro de Arte Universitario (TAU) que en 1,952 inició las Misiones Ambulantes tituladas en principio Lope de Rueda y posteriormente Misiones Culturales Ambulantes que se realizaron tanto en el interior del país como en la ciudad capital; su objetivo primordial fue llevar un mensaje de cultura a los departamentos y pueblos de la República. También llevó a cabo la Temporada de Teatro Departamental y el Festival Popular de Teatro y contribuyó, con ello, a proyectarse al pueblo.

Esta época de esplendor tuvo corta duración pues fue suspendida a consecuencia de la represión política que se inició a mediados de la década de los 70, época en que sube al poder el general Carlos Manuel Arana Osorio, quien fue el director de la represión de la guerrilla en la zona oriente del país. El clima político y social fue de gran tensión y violencia, producto de la represión de los gobiernos anteriores como el del general Ydígoras Fuentes quien pretendió abrir espacios políticos rígidamente controlados.

A raíz de la situación política que imperaba en Guatemala, entre 1,978 - 82, el Festival de Teatro Guatemalteco tuvo que cambiar su nombre y, a partir del año de 1,981, se le

Expresa tu Creatividad Actuando

Teatro de Arte Universitario

denominó Festival Guatemalteco de Teatro para poderse mantener y poder presentar obras infantiles. Entonces se inició la Primera Muestra de Teatro para niños "Noma Padilla".

Esta situación hizo que los teatristas regresaran al teatro de corte, a la comedia o tragedia clásica, al teatro de diversión; o sea, a una manifestación artística no comprometida con las realidades sociales y políticas del país. Esto provocó que se regresara nuevamente a la representación de obras en salas, a las que únicamente tenía acceso la élite culta o masa consumidora y se utilizó el teatro como una diversión, perdiendo así su función social y política.

2.7 HISTORIA DEL TEATRO DE ARTE UNIVERSITARIO

"Los albores del Teatro de Arte Universitario se remontan a las primeras representaciones escolares de teatro didáctico

que el entusiasmo y

dinamismo de doña

María de

Sellarés

impulsó

como

directora dentro de las actividades docentes del Instituto de Señoritas Belén en 1,945. Recién llegada de su nativa Barcelona, es a doña María de Sellarés a quien se deben muchas actividades académicas y culturales que tuvieron como cuna ese centro de estudios: la primera Facultad de Humanidades comenzó a funcionar por las noches en las aulas del Instituto Belén; también en ese centro de estudios se realizaron las primeras eliminatorias para formar un cuerpo de ballet, las primeras ferias del libro, las primeras exposiciones de trajes típicos. En el caso del teatro, ahí se sembraron las primeras semillas de un arte dramático sustentado sobre obras clásicas europeas y dramas indígenas que permitieron con el correr del tiempo crear en Guatemala todo un movimiento teatral con una visión nueva, dinámica y fresca de lo que debe ser el teatro para un pueblo: expresión de sus más caros sentimientos y anhelos, búsqueda de una identidad nacional, fiel reflejo de su época y bandera de libertad espiritual y de todo lo que está compenetrado del sano sentimiento de la verdad de la vida.

Después de esa época estudiantil iniciada en Belén, en 1,950 se creó el Teatro de Arte de Guatemala, TAU, para las Olimpiadas de Centro América y del Caribe que se realizaron ese año. El TAU absorbió a todo ese grupo de estudiantes y a muchos nuevos elementos que se iniciaron en el Teatro en esa época. Bajo la dirección de Carlos Girón Cerna se presentaron en el recién inaugurado Teatro al Aire Libre de la Ciudad Olímpica con la obra "Quiché Achi", y en el Teatro

Expresa tu Creatividad Actuando

Teatro de Arte Universitario

Palace con "Ida y Vuelta" y "La Mujer y el Robot", todas obras de autores guatemaltecos. Era un elenco joven, alegre, bullanguero, inquieto y ansioso por descubrir todos los secretos del arte del Teatro.

Finalmente se logró presentar en el teatro Capitol, aún como elenco del TAG, dos obras en un acto: "La Infanta que quiso tener los ojos verdes", de Eduardo Manet y Cornudo. Debutaron como directores de escena Carlos Mencos y Luis Rivera. De esa presentación, partió la unificación de criterios entre la gente joven del TAG de hacer realidad el Teatro de Arte Universitario, que fue creado por un Acuerdo del Consejo Superior Universitario el 2 de Junio de 1,948, basado en el dictámen rendido por el Licenciado Manuel Luis Escamilla sobre un proyecto para la creación del Teatro de Arte Universitario presentado y aprobado por la Junta Directiva de la Facultad de Humanidades. Se debe a las gestiones del ya entonces Licenciado en Letras Carlos Mencos Primer Director Titular del TAU y al entusiasmo y dedicación, el

haber cobrado vida y
hacerse a la mar,
en 1,951 ese
velero de

a r t e
lleno
de

estudiantes-marineros en busca de un puerto donde anclar sus sueños y afirmar escénicamente sus principios y objetivos artísticos y humanos...

Después se trabajaron muchas obras en Belén, en el Cine Lux, en el Cine Palace y en las cabeceras departamentales. Hasta que en 1,952, aprobado por el Consejo Superior Universitario, y bajo la dirección Titular y artística de Carlos Mencos, el TAU hizo su entrada triunfal en las radas del Paraninfo Universitario convertido ya en Institución oficial y permanente de la Universidad de San Carlos.

Elementos de las diversas facultades que constituyen la Universidad Autónoma de San Carlos integran el Teatro de Arte Universitario, conocido también como TAUG (Teatro de Arte Universitario guatemalteco).

El Teatro de Arte Universitario se fundó el 19 de Agosto de 1945, adscrito a la Facultad de Humanidades de la Universidad de San Carlos. Durante el rectorado del Dr. Rafael Cuevas del Cid, pasó a ser parte integrante de la Dirección General de Extensión Universitaria.

El objetivo general es proporcionar capacitación teórico-práctico para estimular facultades creativas y expresivas que complementen la formación académica estudiantil. Esto se logra organizando cursos intensivos de actuación que permiten al estudiante participar en el desarrollo cultural del

Expresa tu Creatividad Actuando

Teatro de Arte Universitario

país, a través de presentaciones teatrales organizadas periódicamente.

Cumple un servicio normativo en la educación individual y social, además de ser un medio eficaz de demostración del desenvolvimiento y esencia de los valores nacionales y universales del pasado y un vehículo síntesis de la cultura presente.

El 4 de Mayo 1945, se declaró inaugurado el Teatro de Arte Universitario, y se presentaron dos obras en el Auditorium de Belén, gentilmente cedido para este acto. Fueron ellas "La Fablilla del Secreto Bien Guardado" de Alejandro Casona y "Cornudo, apaleado y contento", de Boccacio". Directora Zoila Portillo (Fotocopias de apoyo otorgadas en el TAU). 2, 000

2.8 DIRECCIÓN GENERAL DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

"La extensión universitaria es función de la

Universidad y data del periodo preautónomo como difusión de la cultura, pero se amplía el marco de acción al crearse la Dirección General de Extensión Universitaria en 1970, bajo los auspicios del Rector Dr. Rafael Cuevas del Cid, para conceptuar como la promoción y difusión de la cultura que percibe y recoge la elaboración cultural extrauniversitaria; además se constituye en un programa integral de docencia, - investigación y servicio, a través del conocimiento de la realidad para crear una conciencia que contribuya al desarrollo nacional.

La Extensión Universitaria tiene el compromiso de difundir y promover la ciencia y la cultura en la sociedad.

Fortalece la integración académicosocial con la comunidad, por medio de la participación de equipos multidisciplinarios, innovadores, productivos, dinámicos y flexibles, que se capacitan en forma continua y desarrollan capacidad de autogestión para alcanzar la excelencia en el servicio.

Tiene el propósito de contribuir a mejorar la calidad de vida, elevar el nivel espiritual de los guatemaltecos y aportar soluciones a la problemática nacional.

Las acciones que desarrolla se fundamentan en los principios legales y éticos de justicia, verdad y solidaridad, que proporcionan una cultura democrática y participativa dentro de un ambiente de tolerancia.

Expresa tu Creatividad Actuando

Teatro de Arte Universitario

La Dirección General de Extensión Universitaria se estructura con cuatro ejes funcionales, para sistematizar y facilitar sus acciones, que se orientan hacia la integración académico - social, el desarrollo de la cultura y el arte, el impulso al deporte formativo y competitivo, y la divulgación y comunicación social.

Coordina e integra esfuerzos de proyección social, mantiene comunicación con las distintas unidades universitarias que realizan programas y proyectos similares para favorecer la relación universitaria sociedad; para ello se persigue integrar el Consejo de Extensión (que se encuentra en fase de formulación) y fortalecer el Consejo de Coordinación, el cual se integra por los jefes de las unidades internas de la Dirección." (Reinhardt.1,999:5-7)

2.9 ORGANIGRAMA

Al fundarse la Dirección General de Extensión Universitaria le fueron adscritas:

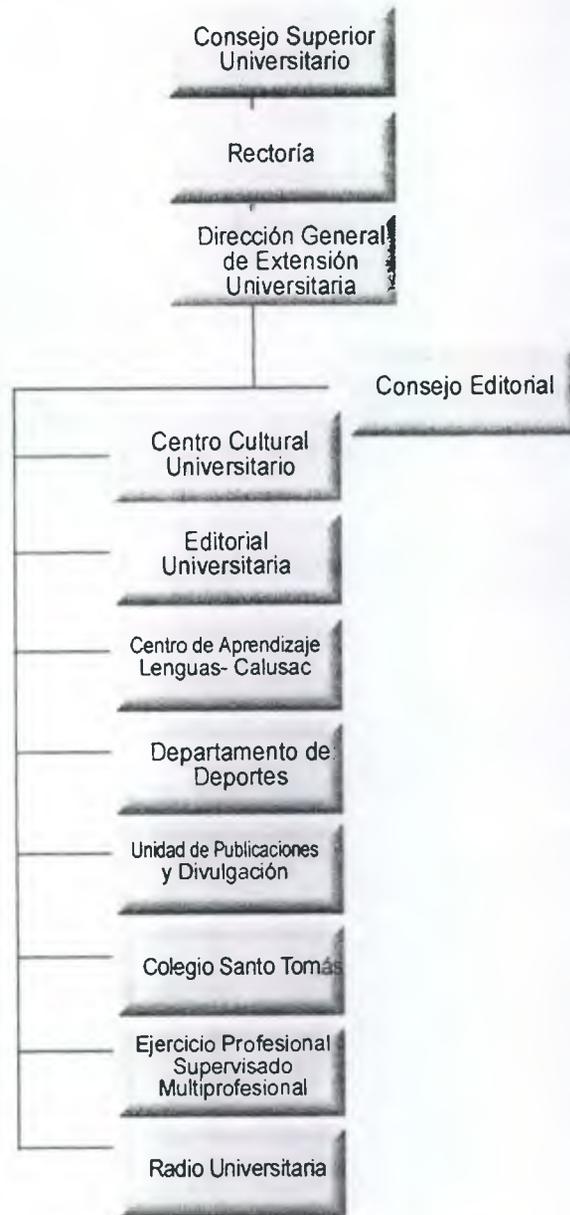
- * La Imprenta Universitaria
- * Centro de Producción de Materiales
- * Coordinadora de Deportes
- * Teatro de Arte Universitario
- * Asociación Coral Universitaria
- * Revista Alero
- * Cinemateca Universitaria
- * Casa de la Cultura Flavio Herrera
- * Programa de Extensión Universitaria en Antigua Guatemala (sede, Colegio Santo Tomás.)
- * Librería Universitaria (1,972)

Posteriormente se establecieron nuevos programas, como:

- * Centro de Aprendizaje de Lenguas
 - * Radio Universitaria
 - * Ejercicio Profesional Supervisado Multiprofesional EPSUM
 - * Museo Universitario
 - * Biblioteca César Brañas
 - * Grupo de Baile
- Asi también se trabaja en la aprobación de la televisión educativa." Reinhardt (1,999:5,6,7)

Expresa tu Creatividad Actuando

ORGANIGRAMA



Fuente: María Reinhardt M.
Publicación de la Dirección General de Extensión Universitaria

Expresa tu Creatividad Actuando

2.10 CAMPAÑA PUBLICITARIA

La campaña publicitaria está conformada por una serie de piezas gráficas que tienen una tarea asignada "COMUNICAR", por medio de un mensaje visual, beneficios específicos de un producto o servicio.

Según Crawford, la campaña publicitaria es:

"El concepto unificador que reúne todas las piezas de la publicidad, soldándolas en una unidad completa con una tarea asignada en función del presupuesto y del Plan de Mercadotecnia, es el concepto de la campaña publicitaria".
(Crawford, 1,972:466-467)

• Campaña es un "Conjunto de acciones publicitarias que tienden a comunicar los beneficios específicos de un producto o servicio." (Carro, 1,994: 12)

"La publicidad es comunicación pagada, no personal que por conducto de los diversos medios publicitarios hacen empresas comerciales, organizaciones no lucrativas o individuos que están identificados de alguna manera con el mensaje publicitario." (Dunn, 1,991:7)

En una campaña publicitaria hay ciertos elementos que se deben tomar en consideración, como, texto, formato e imagen. Al color se le atribuye significación, la cual varía según las culturas, pero tiene efecto sobre el psiquismo individual.

Cada color tiene un impacto visual y esto hay que tenerlo en cuenta a la hora de utilizarlos; ya que el empleo de uno u otro producirá un impacto diferente sobre el espectador.

Debemos mencionar aspectos que nos ayudan para el mejor manejo y utilización de los colores:

- * El uso de claro y oscuro genera contraste.
- * El exceso de colores utilizados en el diseño crea confusión.
- * Los fondos blancos dan amplitud y aireación.
- * El fondo negro pone de relieve los colores de apoyo, exalta los tonos y les proporciona brillantez y profundidad.

Se define color como: "Calidad de los fenómenos visuales que dependen de la impresión distinta que producen en el ojo, las luces de distinta longitud de onda, la ausencia total de luz (negro), o la suma de todas las luces (blanco)

Expresa tu Creatividad Actuando

Teatro de Arte Universitario

El texto por utilizar en una campaña publicitaria debe ser adecuado, breve, claro y concreto. No se debe colocar un exceso de letras con caracteres diferentes, ya que perjudica la legibilidad.

Este elemento, junto con la imagen, es el que contiene la información que se quiere transmitir al espectador.

Se define el texto como: "El tipo o tipos de letra escogidos, que por su estilo complementan y acompañan el símbolo en una forma armoniosa".

La imagen es el elemento más importante, es ésta la que transmite el mensaje visual, personalizando el tema. Su fin primordial es que la pieza gráfica sea visible, atractiva, llamativa y así forzar la mirada hacia ella misma. Debe despertar el interés mediante su impacto.

La imagen se define como: "Término de uso más ambiguo o polisémico. Debido a su doble acepción imagen puede ser un fenómeno exterior perceptible, un icono, una imagen visual o puede ser también un

registro subjetivo, una representación psicológica e ideológica".

Otro aspecto muy importante es el formato. Este es específicamente el área que se tiene para trabajar. Tenemos formatos por medios impresos, entre los cuales podemos mencionar:

- * Afiche: 18"x 24", es el más utilizado por ser un tamaño no muy amplio ni muy reducido. Ayuda, así, a ser más legible la transmisión de nuestro mensaje.
- * Valla: 4.5 x 2 mts., un tamaño bastante amplio para poder brindar el mensaje visual en el menor tiempo posible.
- * Manta: 5 ó 4 x 1mt., tiene un área de trabajo, menor. La tipografía es lo que más se incluye en esta pieza de diseño.
- * Trifoliar: 8.5" x 11", generalmente se utiliza más el tamaño carta, para incluir la información necesaria tanto con texto como con la imagen.

Los formatos por medios alternos como la radio y la televisión, cuyos espacios se calculan por segundos.

Se tiene como definición de formato: "El tamaño y forma de la publicación". (Biblioteca del Diseño Gráfico 1994: 88-99)

Expresa tu Creatividad Actuando

CAPÍTULO III

MARCO CONTEXTUAL

Este capítulo pretende dar a conocer el entorno de la población objeto de estudio. En el presente proyecto, lo es la población de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

3.1 ANTECEDENTES

La Universidad de San Carlos de Guatemala fue fundada el 31 de Enero de 1,676. Pero los estudios universitarios aparecen en Guatemala a mediados del siglo XVI, cuando el primer Obispo del país Francisco Marroquín fundó el Colegio Universitario, utilizado después para formar el patrimonio económico.

En noviembre de 1944 la Universidad logró su autonomía. Y determinó como su fin fundamental elevar el nivel espiritual de los habitantes de la República, promoviendo, conservando, defendiendo y transmitiendo la cultura.

3.2 DATOS ACERCA DEL CONTEXTO

3.2.1 UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA

La Universidad de San Carlos de Guatemala cuenta con una población de 88,237 estudiantes, a quienes brinda la oportunidad de recibir sus clases en tres jornadas: matutina, vespertina y nocturna.

Incluye las siguientes carreras:

* Carreras: Científico - tecnológicas.

Entre ellas Arquitectura, Agronomía, Ingeniería y Farmacia.

* Carreras: Social - humanísticas

Aquí se incluye a Ciencias Económicas, Ciencias Jurídicas y Sociales, Humanidades, Ciencias Políticas, Historia y Trabajo Social.

* Carreras: Ciencias de la salud

En esta última, se pueden mencionar a Ciencias Médicas, Odontología, Veterinaria y Zootecnia y Psicología.

Expresa tu Creatividad Actuando

CAPÍTULO IV

PROPUESTA GRÁFICA JUSTIFICADA

En este capítulo, se pretende dar a conocer al lector las propuestas de diseño que buscan dar solución al problema planteado.

Las piezas diseñadas son las siguientes:

- * Afiche
- * Trifoliar

- * Manta
- * Valla
- * Lapicero
- * Gorra
- * Playera
- * Boleto

Se hizo un análisis previo de las necesidades de la entidad acerca de cuál era su intención y qué cualidades y aspectos propios necesitaban reflejar en su publicidad. Se determinó cuál era el grupo objetivo que la Institución quería alcanzar a través de la presente campaña de publicidad. Este fueron los jóvenes de la Universidad de San Carlos en un rango de 18 a 28 años. Se presentaron dos propuestas de cada pieza, en las cuales se analizaron los diversos elementos como color, texto e imágenes. Entre estas dos, se eligió una con la cual se empezó a trabajar.

Expresa tu Creatividad Actuando



Teatro de Arte Universitario

4.1 AFICHE

La diagramación está estructurada de la siguiente forma: Todo el proyecto de diseño y diagramación de las piezas esta realizadas en Adobe Photoshop 5.0.

El fondo está elaborado con una serie de fotografías a nivel de pantallas montadas en layers (capas), las cuales representan diversas expresiones del teatro, como pueden ser la música, actuación, ballet, danza. Estos layers tienen una transparencia entre 30% y 40%. Una de ellas, el rostro del mimo, tiene 100% de transparencia para que sobresalga con respecto de las otras.

Se colocó el logotipo de la Universidad de San Carlos, en el ángulo superior derecho, así también se colocaron las iniciales del Teatro de Arte Universitario (TAU). Se utilizaron capas en transparencia en un 85%, en escala de grises para que interactúen con el rectángulo negro justificado a la izquierda, el cual posee un efecto de feather de 35 pixeles, para fundirlo con las imágenes anteriores. Se justificó a la derecha un cintillo degradado de arriba hacia abajo, de negro a transparente, separado de la orilla por cinco milímetros. Además se le incluyó un rectángulo vertical en la parte media del formato, en Pantone Blue 072 CVC, y se le incluyó una máscara de color blanco para que se difumine a su derecha.

Expresa tu Creatividad Actuando

Teatro de Arte Universitario

Se le colocó un eslogan "Expresa tu Creatividad Actuando", con letra Brisk, en altas y bajas a 26 pts.. En la parte de atrás, colocado como pantalla el mismo texto pero en Arial Black, 26 pts., ambos en color blanco y justificados al centro.

La ubicación de la Institución, colocada en la parte inferior-izquierda, justificado al centro, en Avant Garde Bk Bt Bold, a 13 y 9 pts. respectivamente. El texto se encuentra justificado a la derecha con un tipo de letra Brisk, a 10 pts.

El afiche se encuentra diagramado de acuerdo con los requisitos que se necesitaron para llamar la atención y dar a conocer la Institución. Se diagramaron dos diseños, entre los cuales se escogió uno.

Las medidas exactas del afiche es de 18" x 24". El material de impresión por utilizar será el papel Husky. Se sugiere un tiraje de 200 ejemplares. Se utilizará la cuatricomía para elaborar las impresiones. Un presupuesto total aproximado es de Q. 4.000.00.

edificios de todas las Facultades de la Universidad de San Carlos.



4.2 TRIFOLIAR:

4.2.1 TIRO

La portada está formada por el rostro del mimo con un 25% de transparencia. En la parte superior del lado derecho se formó un collage de fotografías en pantalla a un 20% de

Los afiches
serán
ubicados
en los

Expresa tu Creatividad Actuando

Teatro de Arte Universitario

transparencia. En el lado izquierdo se incluyó un rectángulo azul. En la parte media del formato un rectángulo color negro. Sobre éste se colocaron las iniciales del Teatro de Arte Universitario (TAU), con una fuente CastleT a 43 pts. y con transparencia entre 10 y 40%.

En la parte central superior del formato, se colocó como titular TAU Teatro de Arte Universitario con una fuente Arial Black, en color blanco a 43 y 16 pts. respectivamente, y justificado al centro, seguido del logotipo de la Universidad de San Carlos.

En la contraportada, en la parte inferior, la ubicación de la institución justificados al centro, junto con el respectivo logotipo de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Y por último, tenemos el mismo diseño de fondo de la portada, con la diferencia de que se colocó la información general de

la Institución con una fuente

Avant Garde Bk Bt

a 11pts. y en

invertido

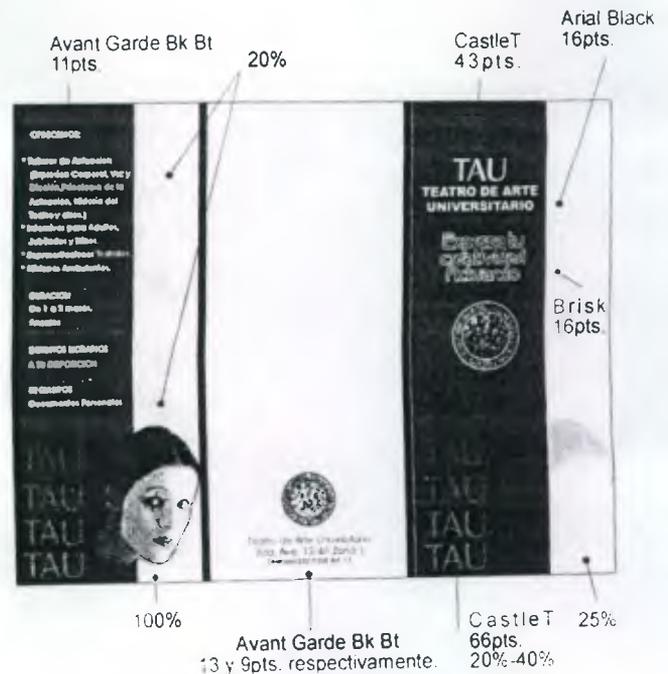
para

que

no

se

pierda con el color del fondo. La fotografía del mimo está a un 100%.



4.2.2 RETIRO:

En el fondo del retiro, se colocaron tres fotografías entre 10% y 15% de transparencia, una del lado izquierdo, la otra al centro y la última del lado derecho. Esta última junto a un cintillo vertical de color azul con degradé. El logotipo, debajo al centro de ella.

Expresa tu Creatividad Actuando

Teatro de Arte Universitario

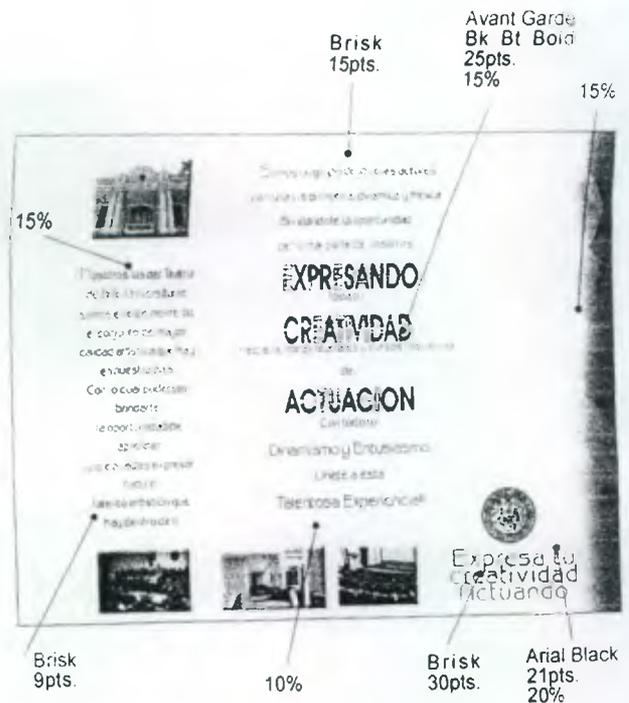
Tres fotografías van en la parte inferior y una en la parte superior izquierda para detallar más el lugar que se está promocionando. El primer bloque de texto está ubicado del lado izquierdo, justificado al centro, con una fuente Brisk, a 9pts.

El segundo bloque de texto se encuentra del lado derecho, con el mismo tipo de letra, justificado al centro y a 15pts. Se agregó a las palabras "Expresando", "Creatividad" y "Actuación", pantalla, similar al eslogan diseñado. Por último, se colocó en la esquina inferior derecha el slogan "Expresa tu Creatividad Actuando"

El trifoliar está diseñado en tamaño carta, 8.5" x 11". Será impreso en papel Couché utilizando la cuatricomía para las impresiones, en un tiraje aproximado de 1,000 ejemplares. Se sugiere una cantidad mayor a la de los afiches, ya que los trifoliales se reparte y los afiches se colocan en puntos estratégicos en donde llamen la

atención. El presupuesto total

aproximado es de Q.17,000.00, ya incluido el corte del troquel.



4.3 MANTA:

Ésta se elaboró lo más sencillamente posible, para no requerir mucho tiempo en la lectura de textos y en la observación de detalles.

Expresa tu Creatividad Actuando

Teatro de Arte Universitario

Se empezó colocando una fotografía en pantalla, ubicada del lado izquierdo, que identificará la obra por presentarse. En la parte central, se colocó el texto informativo "El Teatro de Arte Universitario presenta su obra: La Infanta que quiso tener los ojos verdes", la hora y el valor de la entrada, con una tipografía CastleT, a 15 y 10 pts. respectivamente.

En la esquina superior derecha el eslogan "Expresa tu Creatividad Actuando". Debajo de éste el escudo de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Los respectivos cintillos, en este caso horizontalmente, en la parte inferior, y, sobre el de color azul, la ubicación de la Institución.

El tamaño real de las mantas es de 4 x 1 m. El tiraje será de 4, y se sugiere la opción de elaborarlas en vinil. Si la pulgada cuadrada tiene un costo de Q.0.45, el presupuesto total aproximado es de Q.1,440.00 cada manta. El total por cuatro mantas es de Q. 5,760.00.

Deben ubicarse dos
fuera de la
Universidad
de San

Carlos de Guatemala, ya sea del lado del Anillo Periférico o de la Avenida Petapa.

Las otras dos, dentro de la Universidad de San Carlos de Guatemala.



4.4 VALLA:

Esta es la última pieza de diseño de la Campaña de Publicidad para el Teatro de Arte Universitario (TAU).

Las partes derecha e izquierda del formato, están ocupadas por dos fotografías. En la esquina superior derecha, el escudo de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Para finalizar, se colocó "Teatro de Arte Universitario" en Arial Black a 15pts. para identificarlo lo más rápido posible. El slogan "Expresa tu Creatividad Actuando", se ubicó en el centro como el punto de mayor atención.

Expresa tu Creatividad Actuando

Teatro de Arte Universitario

Las medidas que se le dio a la valla es de 4.5 x 2 m. Habrá que elaborar sólo 2 vallas, ya que su costo es demasiado alto, se sugiere la opción de elaborarlas en vinil.

Una de las vallas podría ubicarse en la entrada principal de la Universidad de San Carlos de Guatemala y la segunda del lado de la Avenida Petapa.



4.5 LAPICERO:

El lapicero es azul en la parte superior, y de metal en la inferior. Tiene escrito Teatro de Arte Universitario (TAU), con una fuente Arial Black a 7 y 14 pts. respectivamente. El tiraje será de 1,000 lapiceros. Si la impresión de cada lapicero tiene un costo de Q.1.00, el presupuesto total aproximado es de Q.1,000.00.

Se distribuirán tanto los lapiceros como los demás artículos promocionales, la mitad en la Universidad de San Carlos de Guatemala, y la otra mitad en el Teatro de Arte Universitario.



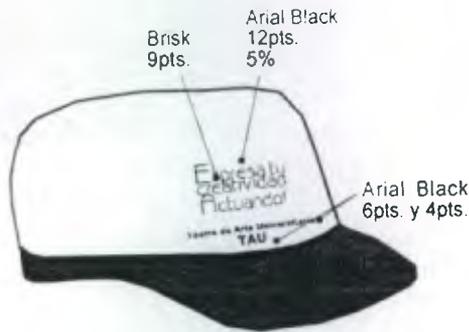
4.6 GORRA:

El diseño de la gorra lleva, en la parte de enfrente, el logotipo "Expresa tu creatividad Actuando". Abajo del logotipo, la tipografía de Teatro de Arte Universitario (TAU), en Arial Black de color azul. La parte frontal de la gorra (bicera) del mismo azul.

Expresa tu Creatividad Actuando

Teatro de Arte Universitario

Se hará un tiraje de 1,000 gorras. Si la impresión de cada gorra tiene un costo aproximado de Q.2.00, el presupuesto total es de Q.2,000.00.



4.7 CAMISA TIPO POLO:

Se utilizará una playera totalmente blanca, para que resalten más el diseño y el color. En la parte superior izquierda, se encuentra el eslogan

"Expresa tu creatividad Actuando", y abajo Teatro de Arte Universitario (TAU), en Arial Black y en azul.

El azul fue utilizado en el cuello, en la orilla de las mangas y en un cintillio curvilíneo en la orilla del faldón. Este para darle cierto movimiento al diseño, y aire de informalidad.

La camisa tipo Polo es de tamaño estándar (talla "M"). Se hará un tiraje de 500 camisas. Aproximadamente, el presupuesto saldría a Q.13,500.



Expresa tu Creatividad Actuando

Teatro de Arte Universitario

4.8 TIQUE:

Una fotografía del lado izquierdo, que identificará la obra que se va a presentar. En la esquina superior derecha, el eslogan "Expresa tu Creatividad Actuando". Debajo de éste se colocó el escudo de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

En el centro del formato, se escribió el texto "TAU Teatro de Arte Universitario", con fuente CastleT y Arial Black, todas altas a 32 y 7 pts. respectivamente, justificado al centro. Debajo se colocaron la Hora y el Valor de la entrada, con una fuente CastleT, en altas y bajas a 8 pts.

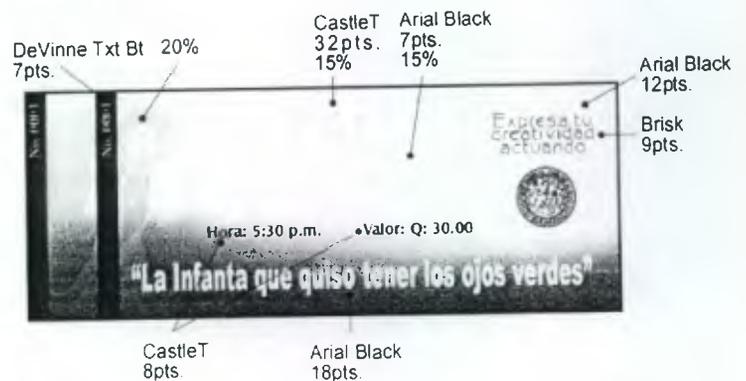
En la parte inferior se diseñó un cintillo degradado. Es el mismo utilizado en las piezas anteriores, con cierto curvado para quitarle seriedad y darle un poco de dinamismo.

Sobre éste se colocará el título de la obra que se presentará en cada ocasión, con un tipo de letra Arial Black, en altas y bajas, a 18 pts. en invertido para que contraste con el negro.

Se colocaron dos cintillos negros verticales, ambos del lado izquierdo, uno dentro del formato del diseño, y el otro en el exceso para el recorte del tique. Sobre estos cintillos va colocado el número de serie asignado, en una fuente *DeVenne Txt Bt*, en blanco y a 7 pts.

Todo el diseño se elaboró en blanco y negro, para que su costo sea menor y así, con el tiempo, pueda llevarse a cabo un tiraje cada vez mayor, dependiendo de la afluencia del público.

Las medidas exactas que se utilizaron fueron de 1.5" x 4". Se sugiere un tiraje de 200 boletos, con un total aproximado de Q. 145.00



Expresa tu Creatividad Actuando

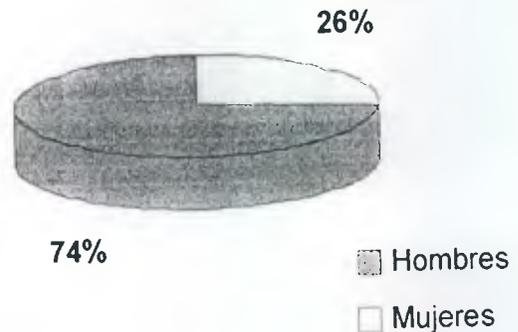
CAPÍTULO V

COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LAS PIEZAS DE DISEÑO

5.1 POBLACIÓN DE ESTUDIO

Para verificar la eficacia de las piezas de diseño, se procedió a tomar, de la población total, una muestra de 50 estudiantes, la cual estuvo constituido, por 13 hombres y 37 mujeres, comprendidos entre las edades de 18 a 28 años, de ellos fueron 40 estudiantes de 6to. Semestre de Diseño Gráfico y 10 jóvenes en el Teatro de Arte Universitario

Respecto del sexo:



5.2 TÉCNICA UTILIZADA PARA LA COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LAS PIEZAS

El instrumento o medio que fue utilizado para la obtención de los datos fue la encuesta.

5.3 ELABORACIÓN DE LA PRUEBA

Fue llevada a cabo en el Edificio T-1 Salón 112, de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala, y en el Teatro de Arte Universitario (TAU). De 5:30 horas a 7:45 p.m.

5.4 BASES DE LA ENCUESTA

Expresa tu Creatividad Actuando

5.4.1 ENCABEZADO:

Está formado por:

- * Nombre de la Investigación
- * El objetivo general de nuestro estudio.
- * Datos del Informante
- * Instrucciones para completar la encuesta.

5.4.2 CUERPO DE LA ENCUESTA

Una serie de preguntas, en las cuales se solicitaba la opinión acerca de los elementos de diseño que se integraron en las piezas, así como diagramación, justificación, tipografía, imágenes y color.

5.5 DATOS OBTENIDOS

1. PREGUNTA:

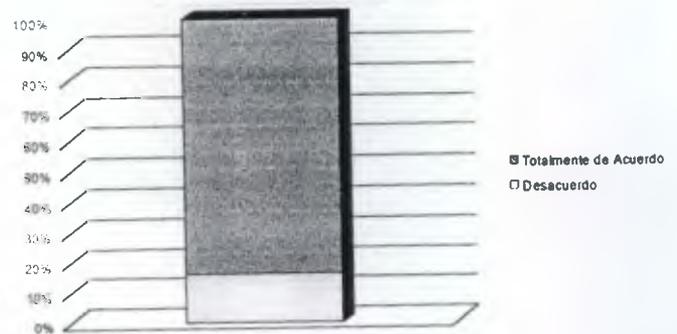
¿Poseen las piezas de diseño la capacidad de atraer la mirada del consumidor hacia ellas mismas basándose en su atractivo?

Sí.

ANÁLISIS: Encontramos que el diseño del afiche es bastante llamativo, ya que se obtuvo un 89% está de acuerdo, mientras que un 11% en desacuerdo.

INTERPRETACIÓN: Por lo que se deduce que las piezas son atractivas y que tienen la aceptación deseada.

¿Poseen las piezas de diseño la capacidad de atraer la mirada del consumidor hacia ellas mismas basándose en su atractivo?



2. PREGUNTA:

¿Existe balance entre imagen y texto integrados en las piezas de diseño?

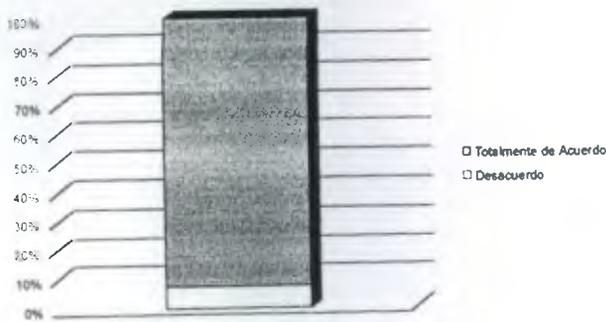
Sí.

Expresa tu Creatividad Actuando

ANÁLISIS: Se pudo obtener balance entre imagen y texto ya que un 97% está totalmente de acuerdo, mientras que un 3% en desacuerdo.

INTERPRETACIÓN: Por lo que se concluye en que las imágenes y el texto están integrados.

¿Existe balance entre imagen y texto integrados en las piezas de diseño?



3. PREGUNTA:

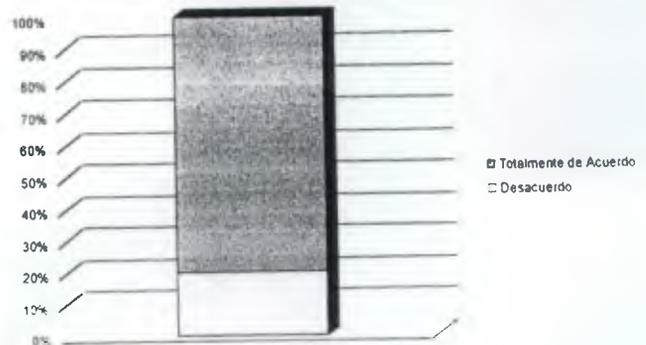
¿El texto funciona como complemento de la imagen visual?

Sí.

ANÁLISIS: Se obtuvo como resultado que el texto va complementario a la imagen ya que un 85% estuvo totalmente de acuerdo, mientras que un 15% en desacuerdo.

INTERPRETACIÓN: Por lo tanto, se afirma que el texto integrado en las piezas son complemento de las imágenes visuales.

¿El texto funciona como complemento de la imagen?



4. PREGUNTA:

¿El texto utilizado en las piezas de diseño, aparece integrado a la imagen para transmitir un mensaje efectivo acerca del tema?

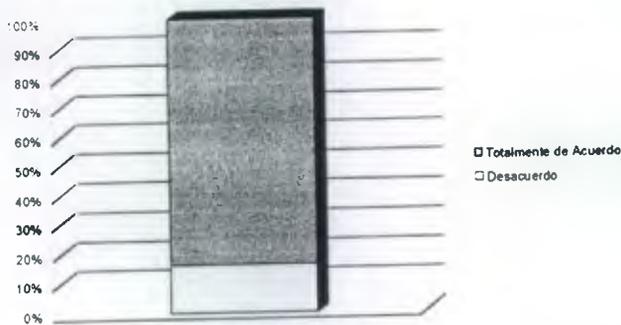
Sí.

ANÁLISIS: Notablemente si están integradas las piezas, texto-imagen y transmiten el mensaje eficazmente, ya que un 89% está totalmente de acuerdo, mientras que un 11% en desacuerdo.

Expresa tu Creatividad Actuando

INTERPRETACIÓN: Por lo que se deduce que la integración del texto y las piezas utilizadas transmiten un mensaje efectivo.

¿El texto utilizado en las piezas de diseño, aparece integrado a la imagen para transmitir un mensaje efectivo acerca del tema?



5. PREGUNTA:

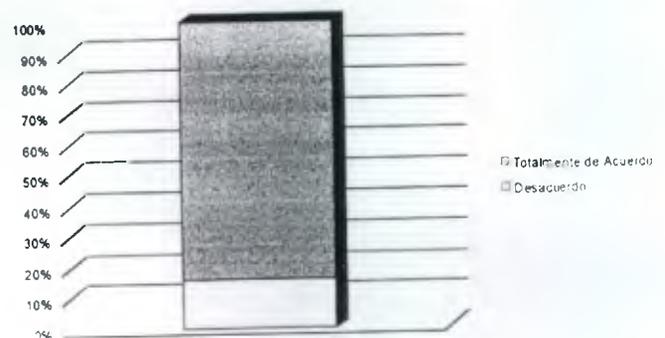
¿El lenguaje utilizado en las piezas gráficas es breve, sencillo y concreto, para la comprensión?

Sí.

ANÁLISIS: Se utilizó un lenguaje muy corto y comprensible, ya que un 88% está totalmente de acuerdo, mientras que un 12% en desacuerdo.

INTERPRETACIÓN: Se concluye que el lenguaje que se utilizó, fue comprendido con facilidad.

¿El lenguaje utilizado en las piezas gráficas es breve, sencillo y concreto para la comprensión?



6. PREGUNTA:

¿Las imágenes funcionan como complemento del texto?

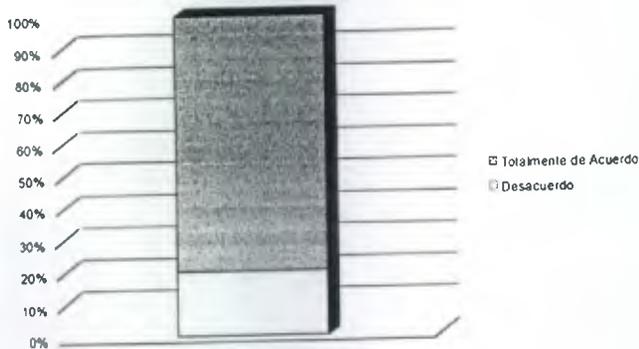
Sí.

ANÁLISIS: Claramente se ve que si son funcionales las imágenes con el texto, un 86% totalmente de acuerdo mientras que un 14% en desacuerdo.

INTERPRETACIÓN: Se puede afirmar que las imágenes que se utilizaron para complementar con el texto, tienen la aceptación deseada.

Expresa tu Creatividad Actuando

¿Las imágenes funcionan como complemento del texto?



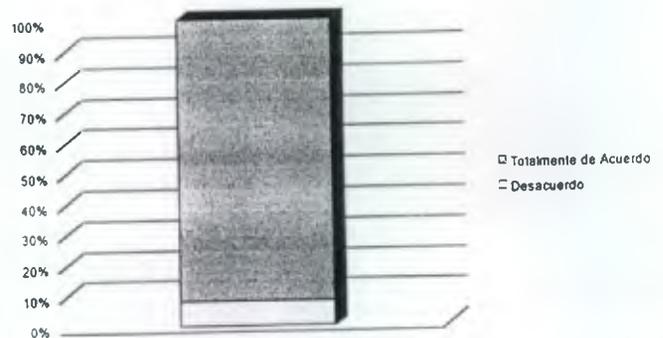
7. PREGUNTA:

¿La diagramación de las piezas gráficas mantienen coherencia en cuanto a su unidad y orden?
Sí.

ANÁLISIS: En general todas las piezas mantienen unidad tanto sus elementos como entre ellas mismas, ya que un 95% está totalmente de acuerdo, mientras que un 5% en desacuerdo.

INTERPRETACIÓN: Por lo que se puede confirmar que con la diagramación utilizada, se obtuvo unidad y orden y las piezas gráficas fueron aceptadas.

¿La diagramación de las piezas gráficas mantienen coherencia en cuanto a su unidad y orden?



8. PREGUNTA:

¿Es funcional la utilización de los colores en las piezas de diseño?

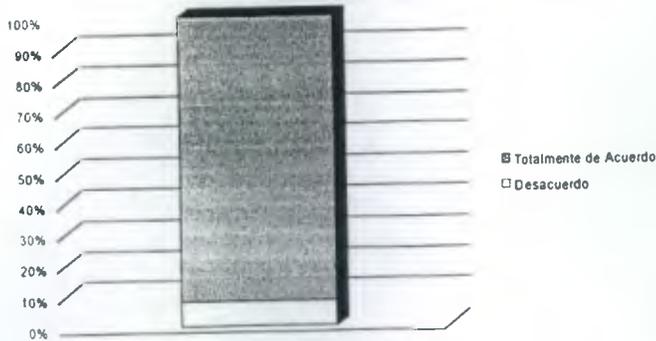
Sí.

ANÁLISIS: Fueron muy bien combinados y utilizados los colores ya que un 96% está totalmente de acuerdo, mientras un 4% en desacuerdo.

INTERPRETACIÓN: Por lo tanto, se deduce que la gama de colores combinados en las piezas gráficas tienen la aceptación esperada.

Expresa tu Creatividad Actuando

¿La diagramación de las piezas gráficas mantienen coherencia en cuanto a su unidad y orden?



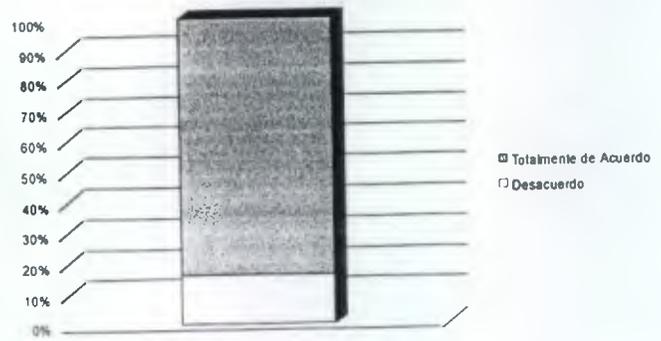
9. PREGUNTA:

¿Considera efectivas las piezas de diseño para poder transmitir el mensaje deseado?
Sí.

ANÁLISIS: Se encontró que las piezas son efectivas y transmiten el mensaje deseado, ya que un 89% está totalmente de acuerdo, mientras que un 11% en desacuerdo.

INTERPRETACIÓN: Por lo que se puede concluir en que las piezas son aceptadas y consideradas efectivas para poder transmitir el mensaje correcto.

¿Considera efectivas las piezas de diseño para poder transmitir el mensaje deseado?



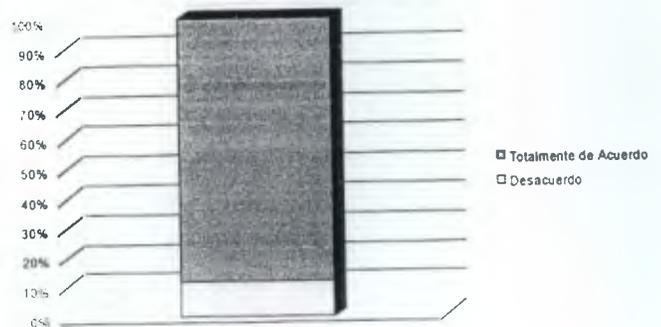
10. PREGUNTA:

¿Considera las piezas con diseño sencillo pero creativo para la población destinada, en este caso jóvenes de 18 a 28 años?
Sí.

ANÁLISIS: Se obtuvo un resultado en el cual las piezas si son simples y creativas para el grupo objetivo, ya que un 92% está totalmente de acuerdo, mientras que un 8% en desacuerdo.

INTERPRETACIÓN: Se puede afirmar que las piezas gráficas tienen un diseño efectivo para su grupo objetivo.

¿Considera las piezas de diseño de interés para la población destinada, en este caso jóvenes de 18 a 28 años?



Expresa tu Creatividad Actuando

CONCLUSIONES

- * En relación con las piezas de diseño que se plantearon en los objetivos del presente proyecto, se establece que la diagramación de las piezas gráficas mantienen un alto grado de coherencia y orden lógico, ya que un 95% de los encuestados está de acuerdo y un 5% en desacuerdo, lo cual establece un alto grado de eficacia.
- * De acuerdo con las piezas que se plantean en los objetivos, se concluye que éstos fueron efectivos, ya que en el balance entre imagen y texto se obtuvo un 97% de acuerdo y un 3% en desacuerdo, lo que hace que el número de los que están en desacuerdo sea insignificante para el presente proyecto.
- * En seguimiento a los requerimientos establecidos en los objetivos, el lenguaje utilizado en las piezas gráficas, demostró ser breve, sencillo y concreto para la comprensión del grupo objetivo, en un 88%.
- * Según los objetivos propuestos en este proyecto, se demostró la funcionalidad en la utilización y elección de los colores en las piezas gráficas y materiales de diseño, ya que un 96% del grupo objetivo estuvo de acuerdo y un 4% en desacuerdo; lo cual demuestra la eficacia del manejo del color en las mismas.

Expresa tu Creatividad Actuando

RECOMENDACIONES

Se recomienda al Teatro de Arte Universitaria (TAU), poner en marcha una campaña de divulgación, con las piezas gráficas diseñadas, de las cuales se obtuvieron muy buenos resultados. Se les garantiza, así, una mejor y mayor proyección hacia el público.

Expresa tu Creatividad Actuando

BIBLIOGRAFIA

LIBROS

1. Cajón Aguilar, Flor de María
2000 "El Teatro como Medio de Comunicación".
Guatemala
2. Constante, Susana y Alberto Cousté
1994 "Biblioteca del Diseño Gráfico"
Barcelona
3. Crawford, John W.
1972 "Publicidad"
México: Unión Tipográfica
Editorial Hispano-Americana
4. Dunn, S. Watson
1991 "Publicidad" Su papel en la Mercadotecnia Moderna
México: Editorial Limusa, S.A. de C.V.
5. 1982 "Enciclopedia Temática Sopena IX Historia del Teatro"
Barcelona, España: Editorial Ramón Sopena. S.A.
6. Tórtola, Julio Roberto
2000 "Métodos del Diseño para Diseñadores Gráficos"
7. Tumbull Russell N. Baird, Arthur T.
1990 "Comunicación Gráfica".
México:

Expresa tu Creatividad Actuando

INÉDITOS

8. López de León, Amanda Judith
"Historia de las representaciones teatrales
en Guatemala de la década de 1970-80"
Editorial Rafael Landivar-Tesis
9. Carro, Jorge
1994 "Vocabulario de Términos Publicitarios"
Guatemala: Editorial Universidad Rafael Landivar
10. Reinhardt M., María
1999 "Publicación de la Dirección General de
Extensión Universitaria".
11. Zoila Portillo
2000 Documento del Teatro de Arte Universitario (TAU)

Expresa tu Creatividad Actuando

GLOSARIO

TEATRO:

Es una actividad humana que se transmite a los demás, haciendo que sientan y experimenten lo que el artista ha sentido y experimentado.

Es un medio de comunicación entre el actor y el público, quienes están unidos por el mismo sentimiento.

ARGUMENTO:

Asunto o materia que se trata en una obra, el conjunto de motivos históricos o imaginarios que dan margen de la ocasión a un drama, tragedia, etc.

ARTE:

Virtud, fuerza, habilidad, industria o disposición para hacer alguna cosa.// Conjunto y disposición de los medios y principios de que se vale el hombre para ejecutar alguna obra o manifestar sus sentimientos y las ideas.

COMUNICACIÓN:

La acción y efecto de comunicar o comunicarse. Trato que existe entre varias personas.

COMEDIA:

Suceso de la vida real, capaz de interesar y de mover a risa.// Teat. Y Lit. Poema dramático de enredo y desenlace festivo o placentero, cuyo efecto es frecuentemente corregir los usos y costumbres, pintando los errores, vicios o extravagancias de los hombres.

ESCENA:

Parte del teatro donde se ejecutan o representan comedias o los poemas dramáticos. Lo que representa a la escena

Expresa tu Creatividad actuando

Teatro de Arte Universitario

que también se llama decoración. // Poner en escena una obra. Representarla, ejecutarla en el teatro. Determinar, colocar y ordenar todo lo referente a la manera con que se debe ser representada o ejecutada.

ESCENARIO:

Parte del teatro construida y dispuesta de una manera conveniente con el objeto de poder representar y ejecutar cualquier obra de espectáculo.

Está separada del resto del teatro por el telón de boca.

AFICHE:

Cartel, hoja dibujada o impresa que se adhiere a las paredes, modo de anuncio o propaganda.

ALTURA DE TIPO:

La altura de las letras de imprenta, desde su base.

ARMONÍA:

Conveniente proporción y concordancia de una cosa con las otras.

BIDIMENSIONAL:

Representado según su altura y su anchura y no su profundidad.

BIFOLIAR:

Es una forma de comunicación que, por ser simple y poco costosa es ampliamente utilizada. Que está dividido en dos secciones.

BOCETO:

Un bosquejo rápido de un layout.

Expresa tu Creatividad Actuando

CAJA ALTA:

Término utilizado para describir las letras mayúsculas.

CAJA BAJA:

Expresión usada para describir los caracteres minúsculos y diferenciales de las mayúsculas.

CARACTER:

Letra, figura, signo de puntuación, etc. De una familia de tipos.

CENTRADO:

Composición simétrica en torno a una línea central vertical, con los márgenes a bandera.

CLIP, DIBUJO:

Ilustración ya hecha, libre de derecho de autor, disponible en blanco y negro o en color, tanto en pluma como en tono.

CLIENTE:

Término empleado por un asesor de diseño para designar a la corporación que lo ha contratado.

COLOR PLANO:

Colores o tramas de colores que no contienen tonos continuos graduados.

COLORES CORPORATIVOS:

Los colores específicos escogidos para ser utilizados en todas las aplicaciones de comunicación de la empresa.

COLORES PRIMARIOS:

Son los colores a partir de los cuales se pueden elaborar los demás colores. Hay dos sistemas relacionados: Los primarios aditivos rojo, verde y azul (usados en sistemas gráficos de ordenador), llamados así porque uno sobre otro

Expresa tu Creatividad Actuando

dan blanco; y los primarios sustractivos cian, magenta y amarillo (éstos usados en impresión en color, son los secundarios aditivos) que mezclados dan un negro teórico.

COLORES PROCESO:

Los colores usados en los procesos de impresión de tricromía y cuatricromía. El cian, el magenta, el amarillo y el negro se usan para imprimir las reproducciones a todo color de fotografía y opacos color, mediante la selección del color.

CUATRICOMÍA:

Proceso utilizado para realizar impresiones litográficas, serigráficas o grabados, que imprime las imágenes como una serie de cuatro colores separados.

DESTACAR:

Sombrear o dar
relieve a una
letra con
u n
tinte
a

color colado en el margen o por debajo de ella.

ESLOGAN:

Mensaje muy corto que en pocas palabras de una idea al público de las características más importantes de la empresa y sus servicios. Y lo que la distingue de las demás.

FANTASMAGORÍA:

Arte de representar figuras por medio de una ilusión óptica.

FIGURA:

Forma exterior de un cuerpo. Estatua, pintura, dibujo.

GAMA DE COLORES:

Los métodos mediante los cuales pueden especificarse cualquier color plano para impresión, seleccionando el número en un libro de muestra de color. Los sistemas de color, como Pantone, permiten al diseñador utilizar colores combinados a lo largo de todo el proceso de impresión.

LAYOUT:

Disposición de texto e imágenes de una página.

Expresa tu Creatividad Actuando

LÍNEA:

Trazo continuo visible o imaginario, que separa dos cosas contiguas.

MARCA:

Nombre y / o símbolo que distingue un producto o servicio o una gama de productos o servicios.

MARCA REGISTRADA:

Marca, símbolo, logotipo o nombre declarado por una compañía y protegido legalmente para su uso exclusivo.

MARGEN:

El espacio blanco de cabeza (arriba), al corte (afuera), al pie (abajo) y al lomo (hacia adentro de la página).

METÁFORA:

Tropo que traslada el sentido recto en otro figurado por comparación.

PONER A ESCALA:

Ampliar o reducir una ilustración o fotografía manteniendo la proporción original.

SUBTÍTULO:

A menudo en negrita, colocado entre párrafos de cuerpo de texto, en un libro, revista, periódico o cartel.

TEXTURA:

Manera como están dispuestas las partículas de un cuerpo o sustancia.

TÍTULOS:

Por lo general se consideran como tales los textos a partir de los 14 puntos.

TONO:

Las diferentes intensidades de un color, desde el sólido

Los conceptos incluidos en este apartado fueron extraídos de Varios autores. Biblioteca del Diseño Gráfico (1994 88-99)

Expresa tu Creatividad Actuando

ANEXOS

BOLETA No. _____

COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LAS PIEZAS DE DISEÑO
Encuesta a jóvenes entre 18-28 años

OBJETIVO: Contribuir en la promoción del Teatro de Arte Universitario, mediante una Campaña de Divulgación.

DATOS DEL INFORMANTE:
EDAD _____ SEXO F M

OPINIÓN SOBRE ELEMENTOS DE LAS PIEZAS DE DISEÑO

INSTRUCCIONES:
A continuación se le plantean una serie de preguntas relacionadas con el tema "Diseño de una campaña de divulgación que promueva el Teatro de Arte Universitario (TAU)", sobre elementos de diseño y comprensión del tema, contenido en el material que se le presentó.
Responda clara y sinceramente marcando con una X.

1. ¿Poseen las piezas de diseño la capacidad de atraer la mirada del consumidor hacia ellas mismas basándose en su atractivo?
Totalmente de Acuerdo Desacuerdo
2. ¿Existe balance entre imagen y texto integrados en las piezas de diseño?
Totalmente de Acuerdo Desacuerdo
3. ¿El texto funciona como complemento de la imagen visual?
Totalmente de Acuerdo Desacuerdo
4. ¿El texto utilizado en las piezas de diseño, aparece integrado a la imagen para transmitir un mensaje efectivo acerca del tema?
Totalmente de Acuerdo Desacuerdo
5. ¿El lenguaje utilizado en las piezas gráficas es breve, sencillo y concreto para la comprensión?
Totalmente de Acuerdo Desacuerdo
6. ¿Las imágenes funcionan como complemento del texto?
Totalmente de Acuerdo Desacuerdo
7. ¿La diagramación de las piezas gráficas mantienen coherencia en cuanto a su unidad y orden?
Totalmente de Acuerdo Desacuerdo
8. ¿Es funcional la utilización de los colores en las piezas de diseño?
Totalmente de Acuerdo Desacuerdo
9. ¿Considera efectivas las piezas de diseño para poder transmitir el mensaje deseado?
Totalmente de Acuerdo Desacuerdo
10. ¿Considera las piezas con diseño sencillo pero creativo para la población destinada, en este caso jóvenes de 18 a 28 años?
Totalmente de Acuerdo Desacuerdo

Expresa tu Creatividad Actuando

IMPRÍMASE



Arq Carlos Enrique Valladares Cerezo
Decano Arquitectura

ASESORES DEL PROYECTO



Arq. Julio Roberto Tórtola
Asesor Metodológico



D.G. Byron René del Cid
Asesor Gráfico



Karin Jeaneth Cifuentes Palacios
Sustentante

Expresa tu Creatividad fictuando