



**UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
METROPOLITANA**
Unidad Xochimilco

Maestra María de Jesús Gómez Cruz

Directora de la División de Ciencias y Artes para el Diseño UAM Xochimilco

INFORME FINAL DE SERVICIO SOCIAL

El Albergue del Arte , El Teatrillo A.C.

Periodo: 24 de Julio del 2017 al 5 de junio de 2018

Proyecto: Centro de Investigación Escénica, El Teatrillo A.C.

Clave: XCAD000660

Responsable: Miguel Ángel Flores Baca

Asesor Interno:

Mto. Roberto Antonio Padilla Sobrado

No. Económico 22292

Hernández Mejía Ramón Antonio

Matricula: 2143064619

Licenciatura: Diseño de la Comunicación Gráfica

División de Ciencias y Artes para el Diseño

Celular : (55)4935-2469

Correo Electrónico: ramon.hdz.mejia@gmail.com



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3
OBJETIVO GENERAL	4
ACTIVIDADES REALIZADAS	4
METAS ALCANZADAS	6
RESULTADOS Y CONCLUSIONES	7
RECOMENDACIONES	8
BIBLIOGRAFÍA	9

Introducción

El siguiente reporte tiene como objetivo dar a conocer las actividades realizadas en **El Albergue del Arte, El Teatrino, A.C.** Donde se realizó el servicio social en el periodo comprendido de 11 meses con fecha de inicio comprendido el **24 de julio del 2017** y con una fecha de finalización del **5 de junio del 2018.**

A continuación se describen los requerimientos correspondientes a las actividades realizadas para dar solución y el proceso llevado a cabo en cada una de ellas, así como imagen del resultado. Para algunas de estas tareas se diseñaron objetos, la mayoría de estos fueron en coordinación con otros compañeros de servicio social y con nuestros asesores dentro del sitio.

Al llegar al espacio se explicaron las actividades que se llevan a cabo, un recorrido por las instalaciones donde se desarrollan las mismas, donde se encontraban las zonas de trabajo y los materiales con los que se contaba. Se comentó los principales objetivos y requerimientos del lugar, los puntos específicos donde debía aplicarse los conocimientos y técnicas aprendidos en la licenciatura de Diseño de la Comunicación Gráfica, principalmente.

El espacio pertenece a un grupo de teatro independiente **TADECO (Taller de la Comunidad)**, el cual tiene mas de 30 años luchando por dar un espacio a las artes en México principalmente las referentes a las artes escénicas. Las personas que las integran buscan crear un ambiente de trabajo comunitario (como lo dice su nombre), permitiendo que la estancia sea dinámica, abierta al diálogo y siempre con respeto. Los diferentes talleres y eventos giran en torno al arte y la cultura; buscan generar comunidad y crear lazos de trabajo con los grupos invitados de diferentes partes del mundo destacando los países iberoamericanos. Una de las características que distinguen al grupo es su solidaridad con la gente mas vulnerable, creen firmemente que el arte tiene que ser incluyente y llegar a todas las comunidades por lo que las presentaciones del grupo son con aportación solidaria, por lo que las entradas no tienen un costo como cualquier evento cultural, se permite que el público vea las diferentes propuestas y al final dependiendo

su situación económica realice un trabajo de conciencia sobre el trabajo de los grupos y su situación económica, el espacio realmente fomenta el apoyo social y de inclusión por lo que fue uno de los atractivos para realizar el servicio social dentro de sus instalaciones.

El espacio cuenta con la siguientes instalaciones: Foro, salón de danza, cocina, oficina, lobby, bodega, almacén de herramientas, cuarto para estancias extranjeras, vestidor, patio y estacionamiento.

Objetivo General

Desempeñar en colaboración diseño gráfico, como carteles, manejo de redes sociales, audiovisuales, escenografía, fotografía, utilería, vestuario, infraestructura escénica e iluminación, vinculando las actividades propias con el perfil del diseñador gráfico.

Actividades Realizadas:

1. Mejorar los medios de comunicación principalmente de difusión masiva de medio y alto impacto como lo son carteles y redes sociales. Se realizó una plática con los integrantes del grupo y se les explicó la importancia de entender los diferentes usos de sus logotipos e imagotipos y la correcta aplicación de los mismos. Se usaban de forma indistinta la imagen correspondiente al espacio, la del grupo teatral y la identidad social A.C., aplicándose de forma incorrecta, no se tenía un tamaño definido, formato vectorial y muchas veces se omitían en cualquier medio de de comunicación.

Se les dio una explicación que una imagen corresponde al Albergue del Arte espacio físico el cual alberga a diferentes grupos, conferencistas, talleristas, etc., que esta imagen debe estar presente siempre que el evento se presente en el Albergue del Arte y que si no hacemos la publicidad el grupo esta obligado a poner el logotipo del espacio.

El segundo logotipo importante es la del **El Teatrillo A.C.**, esta representa al grupo como asociación. Se explicó de la importancia que este presente siempre en cada evento principalmente para tener una presencia cuando se licite por las diferentes becas del **FONCA, CONACULTA**, etc., las cuales al ver la promoción de la cultura del espacio se vuelva un referente y se identifique tanto al espacio como al grupo como uno de los motores de la cultura independiente de México.

La tercera identidad correspondiente a **TADECO TEATRO**, se les explicó que solo podía aparecer en las actividades exclusivas del grupo ya que son las actividades referentes a ellos.

Hubo resistencia ya que decían que el grupo nació mucho antes que el albergue y que esta debía estar presente siempre, por lo que se aclaró que si se usaba en todas las actividades pues se esperaba la participación directa de ellos en obras, talleres etc., por lo que al final estuvieron de acuerdo con el uso y manejo de las mismas.¹

2. **Medios de Medio Impacto** Muchas veces se dejaba a los grupos la difusión dentro del espacio a su criterio, presentando desde un cartel con un diseño profesional hasta hojas cartas en fotocopia. Por lo que se les explicó que la inversión de una postal o cartel de calidad era necesario ya que era la imagen que daban como asociación, se demostró con dos obras como la gente tenía mayor acercamiento a la promoción profesional a diferencia de la que era improvisada y hecha a mano. Se presentaron propuestas de cartel con los datos y créditos de la obra, los logotipos correspondientes y se vio un crecimiento dentro del aforo.

3. **Medios de Alto Impacto** Se les presentó propuestas y actividades para las redes sociales, desde gif, banners a medida para diferentes medios, tener mayor actividad y presencia dentro de las redes. Una de las pláticas fuertes fue dejar a un lado el público cautivo ya que se tenía un apego de amistad a gente que los ha apoyado desde hace mucho tiempo. Se les explicó que el público cautivo los seguiría apoyando y asistiendo aún si una promoción, lo importante era acercar a otro público que era el enfoque correcto de los mass media y al final se accedió la página tuvo mas interacciones y se tuvo un crecimiento mensual del 10% con respecto al original.

4. **Obra los satisfechos** Este proyecto aun sigue vigente y se mantiene el apoyo al grupo para la misma. Se iniciaron pláticas con el elenco y se nos invitó a las primeras lecturas, hubo una retroalimentación con el dramaturgo español **Raúl Cortés** del desarrollo de la obra, su escritura su percepción de la misma. El director **Miguel Flores**, nos dio su visión pos apocalíptica de la misma. Se me presento con Azucena Galicia, escenógrafa, maquillista y vestuarista, con mas de 5 años de experiencia dentro del teatro, televisión y cine. Trabajamos en conjunto algunas partes de vestuario, utilería y diseño de telones. Se estableció en tonos ocre la paleta de colores, se trabajo una propuesta de una imagen impresa en un material el cual permitiera crear un trasluz, esto es, que la imagen iluminada por la parte de enfrente se tuviera una textura tipo vitral y cuando se

¹ ANEXO I

fuera a contra luz apareciera un árbol detrás del vitral. Se realizaron las texturas y diseño de un vitral y se trabajó la imagen de un árbol con tonos azul-violeta. Se escaló para su impresión en tamaño de 2*3 m y 6*2 m. Se mandó a realizar pruebas de impresión de las áreas con mayor duda y se realizaron pruebas de iluminación para lograr el efecto deseado. También se trabajó la propuesta de la iluminación con puntos de luz focal que simularan haces de luz de un techo en ruinas de alguna edificación.

Se le propuso al director dar libretas con papel reciclado como programa de la obra, ya que muchas veces la gente desecha o tira las mismas y lo que se busca es que se lleve una parte de la obra.

5. **Señaléticas** se realizaron propuestas de señaléticas para los diferentes espacios dentro del albergue, las cuales aún siguen en pendiente de realización debido a la selección de material y la instalación de las mismas.²

Metas Alcanzadas

Dentro de este rubro se logró mejorar la identidad dentro del Albergue teniendo una mayor presencia como imagen ya que no se tenía ningún logotipo, imagotipo, etc., dentro de los espacios del albergue.

La presencia en los medios de difusión masiva como internet mejoró notablemente como en Twitter de no tener seguidores se logró aumentar a un total de 200 seguidores dentro del periodo comprendido de Servicio Social. En Facebook se tomó la determinación de no pagar la publicidad ofrecida por la plataforma e ir teniendo un acercamiento al público por las propuestas tanto de diseño gráfico, como las diversas actividades ofrecidas por el espacio. Con el apoyo de otros espacios y un taller impartido de redes sociales dentro del **FITI 2018** se logró pasar de 700 seguidores a llegar a los 1400 una de las metas establecidas es llegar a final del año con dos mil seguidores. Dentro del apoyo de la obra Satisfechos se el proyecto quedó inconcluso por la inesperada partida de un actor principal, pero se retomó el proyecto a finales del mes de mayo de 2018, logrando terminar el escenario y algunas partes referentes a ambientación (iluminación y utilería). Se realizó la sesión fotográfica para realización de los programas y se retomó la idea original para que estos fueran de papel reciclado y sobre todo que tuvieran una función a parte de la de informar, realizando libretas hechas de forma tradicional.

2 ANEXO 2

Los proyectos que se logró alcanzar las metas de entrega y de mejor respuesta fueron la realización de diversos carteles, banners, cortinillas de difusión de los proyectos y actividades presentadas en TADECO teatro, siempre se entregaron en tiempo y forma para la exposición en los diferentes medios de comunicación.

El proyecto de manual de identidad se logró alcanzar un primer nivel de entrega que quedó establecido junto con el grupo, el cual se terminaría a finales del año en curso. Se presentó un primer borrador el cual se tuvo la fortuna de presentarlo para la solicitud de una beca del **FONCA** para dar a conocer el espacio y su historia. Falta tener ficha técnica del espacio, de los diversos materiales y elementos que se tiene para los grupos de Teatro y talleristas, falta realizar una homologación del uso y tamaños del logotipo e imagotipo para los diferentes medios de comunicación y definir las políticas del espacio para el uso del mismo y de conducta para diferentes actividades programadas. Si bien se alcanzó el primer objetivo a corto plazo el de mediano y largo plazo siguen pendientes.

De los objetivos establecidos a principio con el grupo **TADECO** se alcanzó a realizar un total del **90%** de los mismos, algunos se terminaron pero por diferentes situaciones ajenas al espacio y el espacio (cancelación de grupos invitados), estos no se lograron concluir o quedaron sin un tiempo definido.

Resultados y conclusiones

Se ha cambiado la imagen que se tiene acerca del diseño gráfico que es costoso, que no genera un impacto y que es inaccesible para grupos independientes. Mucho de los trabajos fueron gracias al trabajo interdisciplinario de cada uno de las personas que apoya al Albergue, desde fotógrafos, diseñadores industriales, iluminadores, vestuaristas, maquillistas, etc.; nos permitió de muchas formas crear conceptos de mayor complejidad y entendimiento.

Si bien algunos proyectos aun siguen desarrollándose por los tiempos de trabajo y de gestión que lleva cada uno de ellos, tuvimos un mejoramiento en la identidad empresarial del teatro, siendo el área de comunicación con un mayor desarrollo, principalmente el internet en sus canales de redes sociales. Se ha tenido una gran respuesta y apoyo de otros grupos o redes independientes que buscan nuevos espacios de cultura y entretenimiento.

Existen muchas áreas que no pudimos atacar por el tiempo tan limitado que es el servicio pero que existe una disposición de

las dos partes para seguir trabajando y mejorando las mismas.

Recomendaciones

En este casi un año de conocer el espacio aprendí mucho acerca de la autogestión y el trabajo en comunidad y solidario. Realmente no es dedicar todo tu tiempo o esfuerzo en un proyecto, es saber organizarse y cuando se está en el proyecto dedicar la totalidad de atención al mismo. Me permitió conocer mucho acerca de los espacios comunitarios (si bien es un espacio privado que brinda un apoyo de forma comunitaria a nuevos talentos), como se administran, la posibilidad de concursar por un presupuesto o beca de un agente privado o público para realizar diversas actividades culturales. El conocer su historia me permitió entender que los grupos independientes tienen éxito debido al compromiso y pasión de sus miembros.

Me lleve mas que una experiencia laboral una familia, como en todos los proyectos existen diferencias y puntos de vistas distintos, el aprender a separar lo personal de lo laboral nos permitió generar un espacio de trabajo amable e interesante.

Uno de los puntos que más costo entender y sigue sin tener una organización es la gestión del tiempo de cada uno de las diferentes áreas del Albergue muchas veces se llegó a una sobre saturación de trabajo, que si bien se logró resolver sobre la marcha, falta mucha comunicación entre los integrantes y sobre todo organización. Esos detalles muchas veces complicaron los trabajos ya que o varios estaban realizando la misma actividad o un área quedaba sin nadie a cargo, por lo que en lugar de dividir esfuerzo se multiplicaba.

Agradezco tanto a **TADECO** como a la **UAM-X** por la oportunidad de desarrollarme en este tipo de espacios con un verdadero compromiso social.

Bibliografía:

1. Airey, David, "Logo Design Love A guide to creating iconic brand identities" Second Edition, New Riders.
2. Costa, Joan, "Identidad Corporativa", Trillas.
3. Sherwin, Mary Paynter, "Creative Workshop 80 challenges to sharpen your design skills" How Books.