

# MEMORIAS

Trabajo de Grado

III Festival de  
Teatro  
Popular y Callejero

La Máscara  
del Pueblo

Luis Mauricio Fajardo Moreno

Universidad de Nariño  
Facultad de Artes  
Departamento de Diseño  
San Juan de Pasto - 2015





## **TRABAJO DE GRADO**

Luis Mauricio Fajardo Moreno

Universidad de Nariño, Facultad de Artes, Programa de Diseño Gráfico



**Título: III Festival de Teatro Popular y Callejero**

**“La Máscara del Pueblo”**

**Estudiante: Luis Mauricio Fajardo Moreno**

**Asesor del proyecto: Arturo de La Cruz**

**Proyecto de grado para optar  
Por el título de Diseñador Gráfico**

**San Juan de Pasto 2015**

**Los pensamientos e ideas aquí  
planteados, son responsabilidad única  
y exclusiva de su autor.**

**Artículo I del acuerdo N° 324 de  
octubre 11 de 1966, emanado del  
honorable consejo directivo de la  
Universidad de Nariño.**



Nota de Aceptación :

---

---

---

---

**Arturo De la Cruz Escobar**

Presidente del Jurado:

**Hugo Plazas**

Jurado

**Jaime Pineda**

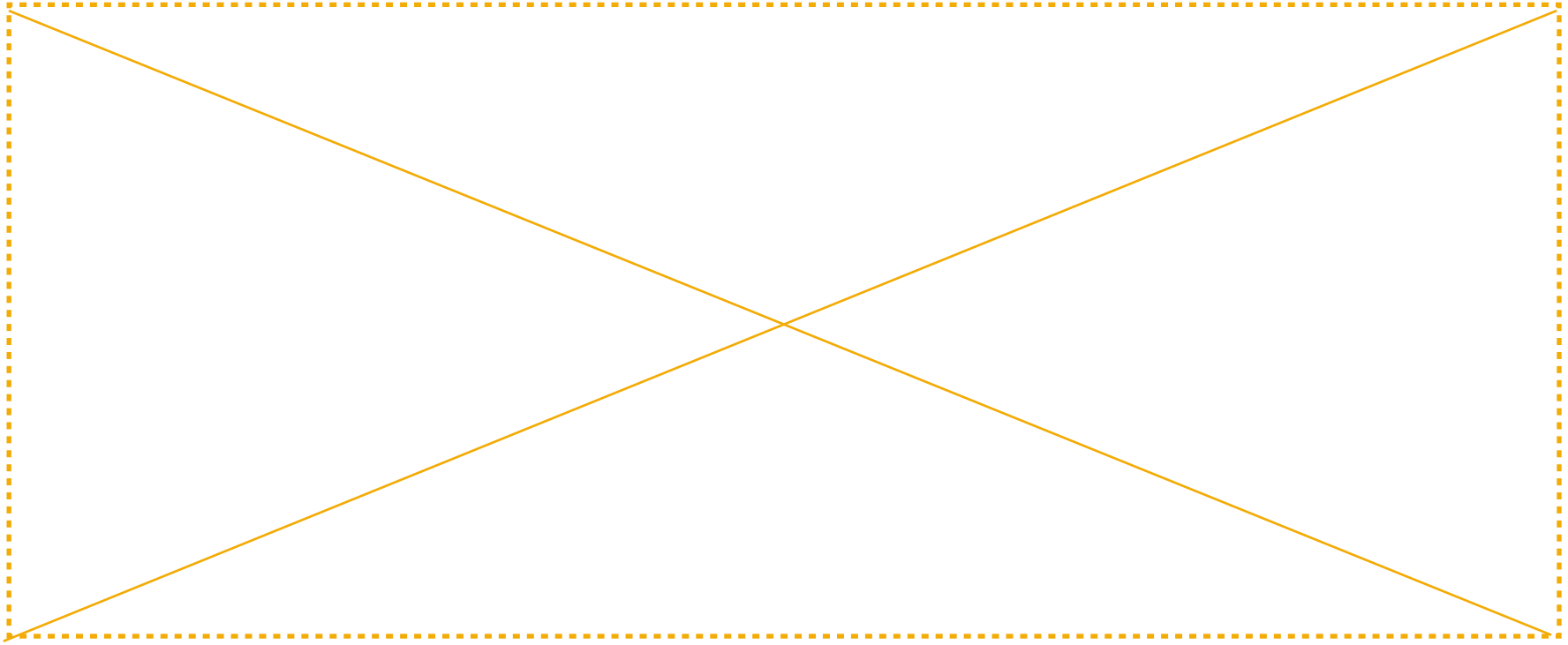
Jurado

**Ramiro Viveros Calle**

Jurado

San Juan de Pasto, Abril de 2015

# Acuerdo.





# resumen

El proyecto de Diseño tiene como propósito la generación de artefactos comunicativos para el tercer Festival de Teatro Popular y Callejero “La Máscara del Pueblo”. Se pretende mejorar la difusión y el impacto de este evento que alberga espectáculos teatrales de gran reconocimiento a nivel nacional e internacional, con la finalidad de impulsar al Festival como un espacio de visibilización de las Artes Escénicas de calle, en la ciudad de San Juan de Pasto, Colombia.

**Palabras clave:** artefactos comunicativos, diseño gráfico, teatro de calle.



## Abstract

Design project aims to generate communicative artifacts for the third Festival of Popular and Street Theater “Mask of the People”. It aims to improve the dissemination and impact of this event which hosts theater shows of great recognition nationally and internationally level, with the aim of promoting the Festival as an area of visibility for the Performing of Arts Street in San Juan de Pasto, Colombia.

**Keywords:** communicative artifacts, graphic design, street theater.



... A mi madre que ha sido mi constante apoyo y compañera de vida, a mi familia por su solidaridad, a Julio Eraso por la confianza que me brindó, a todos los compañeros de camino que me enseñaron la belleza en la fragilidad de la vida abierta al momento presente, a todos los que respiramos el Arte, a los grupos participantes del festival, a los Medios de Comunicación por su presencia y a la Corporación “La Guagua” quienes firmemente creen en el arte como una pieza perfecta de este gran universo y sin duda a todo el equipo del Festival 2015.

Para los que creemos que no existen límites cuando el corazón está abierto.





# Contenido

Introducción.....	10	Metodología proyectual.....	43
Presentación.....	11	Instrumento de Recolección.....	44
Planteamiento del Problema.....	13	Metodología de Talleres.....	47
Objetivo General.....	14	Resultados del Instrumento.....	54
Objetivos Específicos.....	15	Búsqueda del Personaje.....	57
Justificación.....	16	Taller 2.....	59
Contextualización.....	18	Taller 3.....	60
Fundamentación.....	19	Resultado taller.....	61
Cultura Popular.....	20	Proceso Gráfico.....	62
Fiesta Popular.....	22	Identificador.....	63
El Carnaval.....	23	Tipografía.....	66
La Máscara.....	26	Desarrollo de Ilustración.....	68
Tipos de Máscara.....	27	Creación del personaje.....	71
Teatro Callejero.....	28	Difusión Callejera.....	78
Escenificación en el		Piezas Gráficas.....	86
Carnaval de Negros y Blancos.....	31	Promoción y difusión.....	115
Procesos Comunicativos y		Resultados.....	121
Comunicación como proceso social.....	33	Conclusiones.....	123
Diseño Gráfico y Construcción de Marca.....	36	Bibliografía.....	124
Diseño de experiencia.....	37	Créditos.....	126
Referentes.....	39		



# Introducción

Año tras año podemos encontrar inmersas en el Carnaval de Negros y Blancos de Pasto, representaciones teatrales en las calles, plazas, parques, barrios y en espacios donde la cotidianidad de la ciudad es alterada por este acontecimiento. Allí, la expresión y el ambiente festivo transforman la manera como los ciudadanos percibimos el acontecer en lo cotidiano y donde reluce la teatralidad del pueblo. A pesar de la innegable participación Activa del Teatro en sus diferentes manifestaciones, durante la época Carnavalera se evidencia que las expresiones Teatrales no tienen la suficiente proyección.



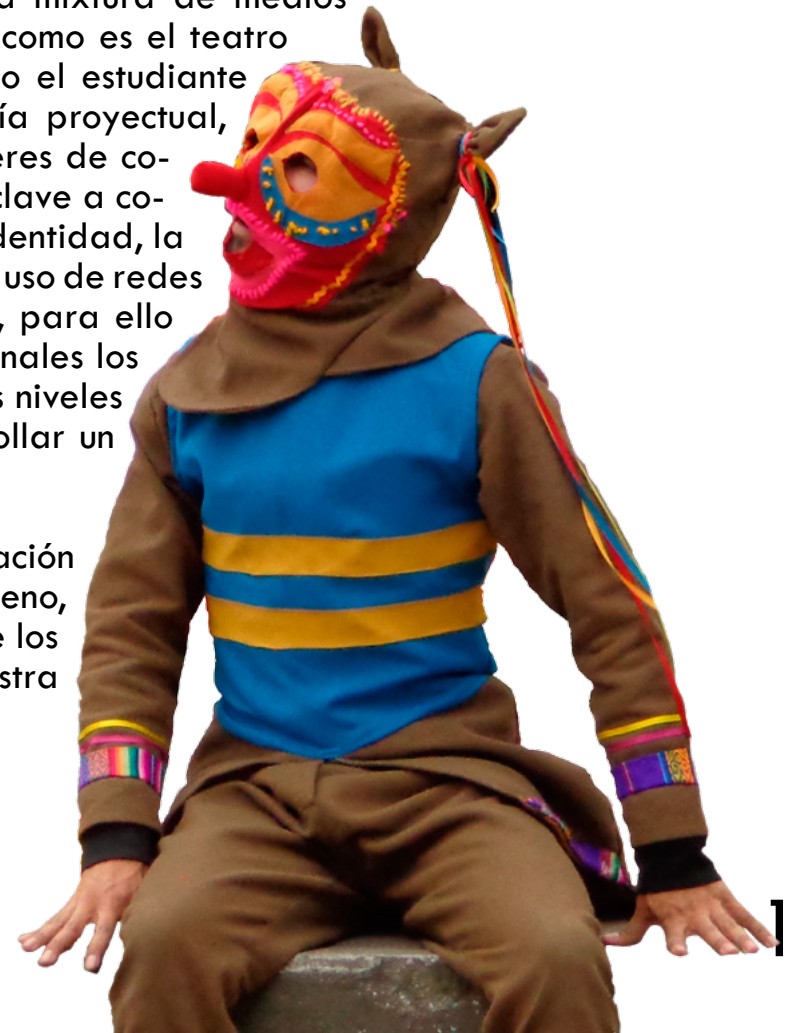


# Presentación

El proyecto de Luis Mauricio Fajardo Moreno, denominado III Festival de Teatro Popular y Callejero “La Máscara del pueblo”, pretende estructurar una serie de artefactos comunicativos inmersos en la cultura digital la cual se caracteriza por la integración de diversas narrativas desde lo análogo a lo digital, y en esta mixtura de medios se pretende posicionar un evento cultural como es el teatro callejero en el contexto regional; para ello el estudiante utiliza el design thinking como metodología proyectual, en la cual se desarrollan una serie de talleres de co-creación a los cuales se invita a los sujetos clave a co-diseñar unos prototipos, que van desde la identidad, la difusión a manera de publicidad así como el uso de redes sociales, y el posicionamiento del festival, para ello se estructura una serie de prototipos funcionales los cuales fueron testeados para evidenciar los niveles de significación, y de esta manera desarrollar un proceso de retroalimentación.

Cabe resaltar el compromiso y dedicación del estudiante Luis Mauricio Fajardo Moreno, proceso que se ve reflejada en el diseño de los artefactos comunicativos, los cuales son muestra del quehacer del diseñador.

**Arturo De la Cruz Escobar**  
Docente Asesor  
Universidad de Nariño



“La Máscara del Pueblo” es un encuentro multicultural internacional de teatro de calle que reúne cerca de 10.000 personas en 4 escenarios callejeros de la ciudad de Pasto. Durante 4 días se presentan alrededor de 32 funciones teatrales de carácter gratuito a la comunidad asistente. El Festival surge por la necesidad de resaltar las expresiones Teatrales de carácter popular y festivo como una nueva forma de expresión artística en el marco del Carnaval de Negros y Blancos, también surge por la urgencia de crear un espacio alternativo y descentralizado que sea propicio para el esparcimiento del público Infantil y Familiar en horarios diferentes a los de la Programación oficial del Carnaval de Negros y blancos.



# Planteamiento del Problema

El Festival es un evento que cuenta con 3 versiones realizadas en las cuales se evidencia un crecimiento en cuanto a gestión, grupos invitados y calidad de las obras de teatro presentadas. A pesar de tratarse de un evento con mucho potencial, aún no cuenta con el suficiente reconocimiento por parte de los ciudadanos e instituciones de carácter cultural, oficial y comunitario, quienes no tienen un referente claro sobre este evento cultural paralelo.

¿Cómo por medio de la creación de artefactos comunicativos y la configuración de la identidad del Festival de Teatro Popular y Callejero, se puede fomentar el posicionamiento de este evento cultural ante la comunidad, especialmente ante entidades oficiales culturales y privadas; proponiendo la creación de escenarios colaborativos entre instituciones?

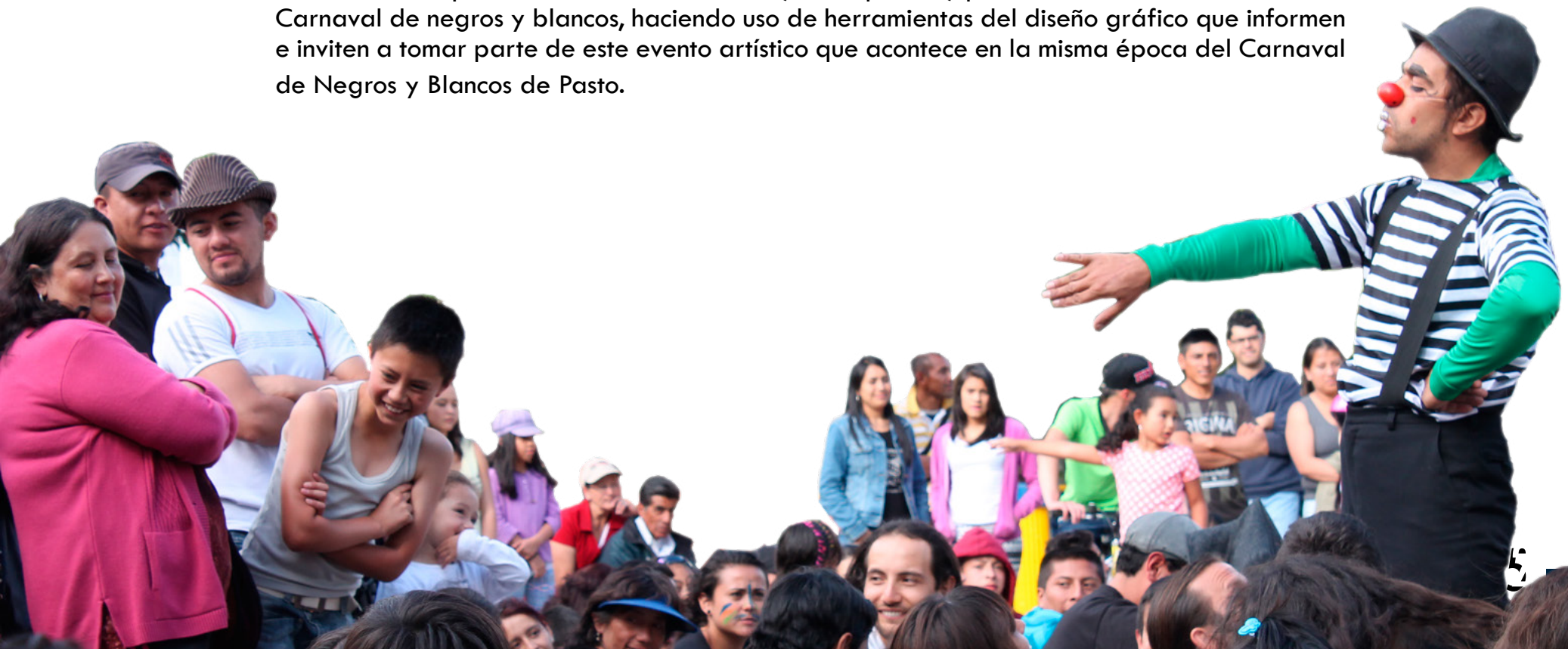
(El problema se centra en el desconocimiento de herramientas comunicacionales para la promoción y difusión de eventos por parte de los diferentes agentes que participan en la producción de este encuentro, así como la falta de una estrategia de comunicación que guíe la difusión del evento permitiendo una mayor participación de público).





# Objetivo General

Desarrollar artefactos de comunicación para el festival Teatro popular y Callejero “La Máscara del Pueblo” a partir de elementos visuales, conceptuales, performativos característicos del Carnaval de negros y blancos, haciendo uso de herramientas del diseño gráfico que informen e inviten a tomar parte de este evento artístico que acontece en la misma época del Carnaval de Negros y Blancos de Pasto.





# Objetivos Específicos

- Desarrollo de la identidad gráfica del festival que potencialice la identificación y posicionamiento del Festival de Teatro popular y Callejero “La Máscara del Pueblo” como una alternativa que enriquece la dimensión artística del Carnaval.
- Producción de la memoria audiovisual del III Festival de Teatro Popular y Callejero “La Máscara del Pueblo” como herramienta de socialización del evento a actores institucionales y comunitarios.
- Realizar aportes generales para la construcción de la estrategia de difusión del festival, que permita su fortalecimiento en futuras versiones.
- Testeo de los prototipos.



# Justificación

Este proyecto constituye la recopilación de un proceso continuo que se consolida como laboratorio de experimentación/creación, en el cual se reflejan las experiencias sobre el proceso de fortalecimiento de aspectos como la promoción, difusión e identidad de eventos culturales de alto impacto social; Fundamentado en una investigación acorde a las necesidades del proyecto encontradas en las fuentes de información seleccionadas. El proyecto incide en el posicionamiento del Festival de Teatro Popular y Callejero “La Máscara del pueblo” ya que por medio del desarrollo de la identidad gráfica del Festival y aportes generales para el fortalecimiento de una estrategia de difusión, se busca el reconocimiento de éste como evento Artístico alternativo de carácter gratuito que se desarrolla en el marco del Carnaval de Negros y Blancos, cuya finalidad es incentivar la participación de la comunidad de San Juan de Pasto, especialmente convocar al público familiar para que haga parte de este evento cultural que resalta una expresión artística propia del Carnaval como lo es el Teatro Callejero. También se pretende generar impacto en entidades de carácter cultural tanto privadas como públicas que aún desconocen las particularidades de este evento artístico y son potenciales aliados co-financiadores de este tipo de iniciativas culturales, donde a través de la generación de herramientas comunicacionales se promueva el potencial que este evento cultural tiene, contribuyendo a la sostenibilidad del mismo.

A su vez, se prevé que contribuirá a diversificar la experiencia turística de visitantes que arriban a la ciudad de San Juan de Pasto. Con una acertada difusión se pretende llegar a todo tipo de público que visita la ciudad en esta época y busca disfrutar de variadas actividades alternativas de carácter cultural.





El Diseño Gráfico exige del Análisis crítico y objetivo de cualquier problema de diseño desde diferentes perspectivas: de esta manera el trabajo del diseñador consiste en desarrollar alternativas de solución efectivas, considerando los aspectos teóricos y metodológicos, así como los elementos gráficos y comunicativos. En este caso, se desarrollarán elementos/ Dispositivos que permitan el reconocimiento e identificación de este evento cultural apoyando desde el enfoque comunicacional, buscando validación por parte de instituciones y la misma comunidad. La decisión de informar sobre este evento cultural a los diferentes agentes participantes tanto directos como indirectos es acertada, ya que se potencializa y proyecta una actividad cultural emergente que dinamiza y enriquece la oferta cultural de la ciudad, generando ofertas para otros públicos y magnificando las expresiones carnavaleras.



# Contextualización

El proyecto se desarrolla en la ciudad de San Juan de Pasto, Nariño – Colombia, donde acontece el Carnaval del Sur Occidente Colombiano, conocido como una de las mayores expresiones culturales de esta región del país. Durante los días 4, 5 y 6 de enero de cada año, el derroche de alegría en el juego, la máscara, la comparsa, el arte hacen su aparición dando paso a la imaginación popular, donde prima la ruptura con paradigmas sociales. Su origen es interesante desde muchos puntos de vista: presupone una mixtura de culturas Hispánicas, Africanas y Aborígenes que conforman un conglomerado de personajes y tradiciones lúdicas.

El Carnaval de Blancos y Negros supone un reto, con grandes y constantes transformaciones en cuanto a su preparación y participación ciudadana así como de la creación artística y administración. Todos estos aspectos, poco a poco se han ido complejizando, creando desafíos para los participantes directos e indirectos donde la preocupación principal es la inclusión de nuevas expresiones que enriquezcan esta fiesta popular manteniendo elementos que se consideran raíz del carnaval. Actualmente la preparación de esta fiesta dura más de nueve meses.





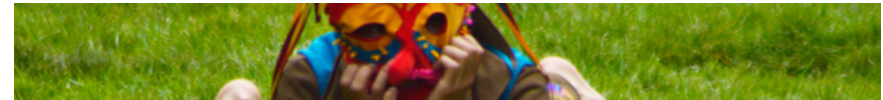


Fundamentación

# Cultura Popular:

Para la Antropología, cultura es “el conjunto de elementos de índole material o espiritual, organizados lógicamente y coherentemente, que incluye los conocimientos, las creencias, el arte, la moral, el derecho, los usos, las costumbres, y todos los hábitos y aptitudes adquiridos por los hombres en su condición de miembros de la sociedad.” (Gispert, 1999)<sup>1</sup> En otras palabras, la cultura es el capital simbólico de una comunidad, huella, registro, objeto dinámico de investigación y expresión íntegra del mundo de la vida.

Clifford Geertz entiende este fenómeno como un sistema de interacción de signos que son susceptibles a ser interpretados por quienes los comparten. Afirma que La cultura, es una urdimbre compleja de significados coherente en sí misma, en donde el hombre juega un papel activo en su construcción. Señala, además, que ese sistema de significados es público, pues ha sido socialmente establecido. Gracias a este sistema de significados es posible que los individuos den orden tanto a sus actos individuales como a los grupales. Por otra parte, Geertz subraya que las culturas son distintas entre sí y está convencido de que los contactos generados entre ellas provocan entendimientos y conflictos (Geertz, 2003)<sup>2</sup>.



El término “Cultura Popular” tiene distintas aplicaciones, puede hacer referencia a cualquier expresión o cosa bien que sea propio de las clases sociales más bajas,; es decir, que provenga del pueblo, encontrándose al alcance de la mayoría. También puede referirse al patrimonio conocido por la sociedad. Definiremos lo popular particularmente como el conjunto de valores que nos remite a algo, lógicamente diferente, creado por determinado grupo social, la tradición que se opone a la modernidad, y que está presente en muchos aspectos de la vida, de los mensajes y las mismas operaciones que rigen su consumo. Pablo Semán (2012)<sup>3</sup> se refiere a las diferencias entre la cultura popular y la cultura hegemónica de la siguiente manera “es diferente ya que remite a una perspectiva simbólica que usa, lee y ejecuta los productos de la industria cultural, los objetos de la vida cotidiana, las instituciones del Estado y el desarrollo económico. Y lo hace siempre con cierto grado de autonomía y capacidad de producción de diferencia. Siempre en algún grado, las voces subalternas harán algo con lo que se les hace.”

<sup>1</sup> Gispert, Fernando. (1999). Gran Enciclopedia Interactiva siglo XXI. España: Océano, p. 272.

<sup>2</sup> Clifford Geertz. (2003). La interpretación de las culturas. Disponible en: [http://archive.org/stream/GeertzClifford-LalInterpretacinDeLasCulturas/GeertzCliffordLalInterpretacinDeLasCulturas\\_djvu.txt](http://archive.org/stream/GeertzClifford-LalInterpretacinDeLasCulturas/GeertzCliffordLalInterpretacinDeLasCulturas_djvu.txt)

<sup>3</sup> Semán, Pablo (2012). I Mesa Seminario Internacional “Sensibilidad de Frontera: Comunicación y Voces Populares”, Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación, PUCP. [Video]. Lima, Perú. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=bjashBlxeng>



Del latín popularis, popular es un adjetivo que señala aquello que pertenece o que es relativo al pueblo, se conoce como cultura popular al conjunto de expresiones artísticas creadas y consumidas por el pueblo, en contraposición a la cultura oficial que resulta más elitista y que suele ser erróneamente percibida como algo inaccesible para la mayoría. Una manifestación de la cultura popular, de todas formas, puede llegar a todas las clases sociales y viceversa, en palabras de Gramsci “ ... lo que distingue el canto popular, en el marco de una nación y de su cultura, no es el hecho artístico ni el origen histórico, sino su modo de concebir el mundo y la vida, en contraste con la sociedad oficial.” (2010)<sup>4</sup>. Lo popular entendido como espacio donde coexisten restos de maneras de ver el mundo, que sobreviven las tradiciones y concepciones del mundo en formación, es una categoría histórica y esencialmente contrapuesta a lo establecido.



<sup>4</sup> López, Belkis. (2010). Las Verbenas en las Tunas. Su papel en la formación de la memoria histórica de la región en el siglo XX. Gramsci citado en pág. 28. Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1327/1327.pdf>





# Fiesta Popular:

“La fiesta es una revuelta, en el sentido literal de la palabra. En la que la confusión que engendra la sociedad se disuelve, se ahoga, en tanto que organismo regido conforme a ciertas reglas y principios. Pero se ahoga en sí misma en su caos libertad original. Todo se comunica; se mezcla el bien con el mal, el día con la noche, lo santo con lo maldito. Todo cohabita, pierde forma, singularidad y vuelve al amasijo primordial. La fiesta es una operación cósmica: la experiencia del desorden, la reunión de los elementos y principios contrarios para provocar el renacimiento de la vida.” (Paz, 1959)<sup>5</sup> Freud se refiere a la liberación que la fiesta permite y al éxtasis producido por esta “Una fiesta es un exceso permitido y hasta ordenado, una violación solemne de una prohibición. Pero el exceso no depende del alegre estado de ánimo de los hombres (...) sino que reposa en la naturaleza de la misma fiesta y la alegría es producida por la libertad de realizar lo que en tiempos normales se halla rigurosamente prohibido .”(2001)<sup>6</sup>

El concepto de fiesta popular tradicional nos remite a un conjunto de eventos diversos cuyos significados e interpretaciones, pueden ser igualmente variados. Es un contexto donde tiene lugar la interacción social de manera intensa, por medio de actividades, rituales y una profunda transmisión de mensajes, así como el desarrollo de roles y acciones comunitarias que no se ejercen en otro momento cotidiano.

<sup>5</sup> Paz, Octavio. (1959). El Laberinto de la soledad. México: FCE, p.83

<sup>6</sup> Cocimano, Gabriel. (2001). El sentido mítico y la metamorfosis de lo cotidiano en el Carnaval. Revista Gazeta de Antropología. Freud citado en ítem El Carnaval. Disponible en: <http://www.gazeta-antropologia.es/?p=3318#15>.

<sup>7</sup> Roiz, Miguel. (1982), “Fiesta, comunicación y significado” en Tiempo de Fiesta. Ensayos antropológicos sobre las fiestas en España. Madrid: Honorio Velasco (ed.), Trece-dieciséis, pp. 95-150.

<sup>8</sup> Macías Rodríguez, Claudia. (2008). La fiesta: preservación de la cultura popular en América Latina. Ponencia. Eco y Rector, citados en p. 1. Disponible en: <http://sincronia.cucsh.udg.mx/maciassummer08.pdf>

La fiesta es una puesta en escena de lo social, en ella confluyen fenómenos variados de interacción social y comunicativa, según Miguel Roiz (1982)<sup>7</sup> “es una serie de acciones u significado de un grupo, expresados por medio de costumbres, tradiciones, ritos y ceremonias, como parte no cotidiana de la interacción, especialmente a nivel personal, caracterizadas por un alto nivel de participación” (p. 118).

Es un encuentro colectivo donde existe intercambio de ideas, posiciones, argumentaciones y donde se intensifican los lazos colectivos, habilitando un espacio privilegiado para la transmisión y recepción de mensajes porque los lazos colectivos se refuerzan, convirtiendo a la fiesta como un espacio preciso para la transmisión y recepción de todo tipo de mensajes.

Claudia Macías Rodríguez citando a Humberto Eco y Mónica Rector (1989)<sup>8</sup>: “La fiesta es un sistema de signos, un fenómeno de comunicación, en donde se transmiten significados de diversos tipos (...) que le dan un carácter único o variado, y en los que la práctica festiva, de goce e incluso orgía se entremezclan con la práctica religiosa o mágica, cumpliendo determinadas finalidades culturales básicas para el grupo” (p. 1).





Risas y Rostros  
LABORATORIO DE TEATRO Y HIGIENE ORAL

5  
DÍAS DE FESTIVAL  
4  
ESCENARIOS  
15  
AGROPACIONES DE TEATRO  
4  
TALLERES TEATRALES  
10 de mayo al 14 de mayo 2015

Festival de Teatro  
la boca  
del teatro  
10 de mayo al 14 de mayo 2015  
MÁS QUE UN JUEGO  
MÁS QUE UN PASATIEMPO  
MÁS QUE UN ESPORTIVO  
MÁS QUE UN DEPORTE  
MÁS QUE UN PASATIEMPO  
MÁS QUE UN ESPORTIVO  
MÁS QUE UN DEPORTE  
www.teatro.cl





# El Carnaval:

“El carnaval es un espacio de excepción del tiempo, que se detiene para dar vida a un estallido de formas, colores y sonidos, es un tiempo fuera del tiempo donde los participantes juegan a ser otros” (D. Lechuga, 2006)<sup>9</sup>

Existen varias especulaciones sobre el origen de la palabra Carnaval, por aproximación podría decirse que entre los términos más antiguos se encuentra CARNAL, CARNESTOLENDAS, CARNESTOLDE que hacen referencia a un período donde no se puede comer carne, estas palabras también aluden a los excesos, orgías y bacanales que realizaban los romanos en sus celebraciones. En el diccionario de la RAE encontramos la siguiente definición de Carnaval: “Fiesta popular que se celebra en tales días, y consiste en mascaradas, comparsas, bailes y otros regocijos bulliciosos.”

El carnaval finalmente es la aglutinación de muchas fiestas, es un período de celebración donde todo se permea por un sentido estético, donde la expresión Artística propia de una gala en la que vestirse con máscaras, disfraces y elementos para el disfrute aluden a los comportamientos teatrales, alrededor de vivencias místicas y dramáticas que finalmente son un llamado al equilibrio entre la música y la danza, donde se revela la destreza corporal, en la presencia de la oralidad, los cantos, bailes, mímicas y en especial el juego. Convirtiéndose en los reflejos del cambio inminente del tiempo y los escenarios cotidianos.

El Carnaval Tienes sus orígenes en la época de la colonia cuando en Nariño inicia “el juego de la pintica” juego en el que los negros esclavos en su único día de libertad optan por realizar una fiesta evocando sus orígenes; al ver tanta alegría ellos optaron por “negrear” a los blancos quienes inmediatamente comenzaron a ser parte de la celebración, con sus rostros pintados como símbolo de igualdad. Tras un largo período de represión de la fiesta, hacia el siglo XIX se recata durante los primeros días del año, esta expresión como festejo popular, tras las guerras de independencia e inicios de la república. En la actualidad en esta gran fiesta participa la comunidad que engalanada por la convivencia y la alegría hacen de este encuentro un orgullo para la región.<sup>10</sup>

La celebración en San Juan de Pasto del Carnaval, anualmente se cumple en fechas diferentes a las del Carnaval clásico, realizándose en los primeros días del mes de Enero. Actualmente las “escenas” y caricaturas sociales de la Familia Castañeda y las carrozas presentes en el carnaval evocan los autos sacramentales, expresiones religiosas que se cree dan origen a lo que hoy conocemos como carrozas donde su temática se refiere actualmente a elementos propios de la región, el componente indígena así como los mitos y leyendas. El Carnaval es un acontecimiento social en el cual se evidencian distintas dinámicas de la sociedad y en los que se unifican

<sup>9</sup> D. Lechuga, Ruth. (2006). Detrás de la máscara: máscaras de México. México: Rebeca Orozco- Tecolote.

<sup>10</sup> Adaptado de: <http://www.turismopasto.com/carnavales-de-pasto.html>



diversos intereses en torno a un objetivo: el de realizar la fiesta. Según García Canclini (1962)<sup>11</sup> la fiesta en sí, sintetiza la vida entera de la comunidad que la realiza, reflejando en sus diferentes manifestaciones, su organización económica, sus estructuras culturales y sus relaciones políticas ya que directa o indirectamente participa toda la sociedad.

Este es en sí mismo un acto de unidad social que como hecho cultural convoca a la expresión libre y espontánea, donde se despierta el subconsciente colectivo con base a un ejercicio de la libertad y la transgresión de lo cotidiano, es un espacio donde se une lo tradicional con lo moderno permitiendo que año tras año se incorporen elementos que engrandecen esta fiesta, lo que da la posibilidad de reinventar las tradiciones y reintegrarlas a la contemporaneidad ya que es portador de riquísimas tradiciones culturales y emisario de valores populares.

Actualmente se expresa un afán común por parte de los actores del Carnaval referente a tomar medidas para posicionar el Carnaval como espacio de participación, donde se resalta que en épocas anteriores los carnavales eran más participativos, se socializaba y se compartía. Es aquí desde donde existe una necesidad colectiva de entidades artísticas y culturales por resignificar lo que para la ciudadanía es el Carnaval como fiesta y creación cultural que refleja formas de vida y desde donde las entidades han querido dimensionarlo con visión comunitaria y no privatizada/estática, rescatando una expresión que surge del pueblo. Una de las principales preocupaciones es la manera como el desfile ha simplificado el suceso Carnaval, donde el observador juega un papel pasivo. Es desde esta perspectiva desde donde visualizaremos

el Festival de Teatro reconociendo que el ejercicio de creación y su perspectiva apunta a dinamizar procedimientos sociales mediante su poder creador y artístico, retornando a la fiesta parte de su origen, ya que por su naturaleza el teatro hace parte de carnaval, con el fin de devolver la lúdica a sectores alejados al centro de la ciudad. Para Estupiñán (2015)<sup>12</sup> “Es un Retornar al Origen, ya que el teatro de calle especialmente el colombiano tiene origen en el seno del carnaval, es un retorno a la génesis; al origen del gesto, al origen del sonido de la calle, al sonido del fervor del público y del fervor social congregado en esta manifestación social.”

En palabras de Lydia Inés Muñoz Cordero (1991)<sup>13</sup> “cuando en la vida de un pueblo la ruina se invierte, lo común y lo acostumbrado se transforman movidos por una alegría subversiva y desbordante estamos en la fiesta popular. En estos momentos el pueblo se sumerge en las más profundas raíces de su identidad, descubriendo en ellas las auténticas motivaciones de su ser”.



<sup>11</sup> García Canclini, Néstor. (1985). Las culturas populares en el capitalismo. México: Nueva Imagen, pp. 73-83.

<sup>12</sup> Estupiñán, Edison. (2015). Comunicación personal, 4 de enero de 2015.<sup>1</sup>

<sup>13</sup> Muñoz Cordero, Lydia Inés. (1991). Cartilla infantil Ilustrada Historias del Carnaval andino de Blancos y Negros de Pasto. Quito: IADAP, p. 21.







# La Máscara:

La máscara Es una pieza de cartón, tela, pasta cuero o cualquier otra clase de material que cubre la cara para ocultarla, es el modo más simple de caracterización y se usa desde los albores del teatro. Máscara es sinónimo de “careta” y como tal constituye uno de los atributos principales del arte escénico, de hecho, una máscara triste y otra alegre constituyen el emblema mundial del teatro.<sup>14</sup>

La máscara teatral es un elemento escénico usado en representaciones teatrales, este elemento del actor no debe descubrir su rostro, ni intermediar entre él y su personaje. El actor de teatro explora técnicas escénicas que le permiten despojarse de su persona para construir su personaje partiendo de la neutralidad.

Las máscaras se han utilizado desde la antigüedad con propósitos ceremoniales y prácticos. El uso de estos elementos se remonta a la antigüedad: se las puede encontrar entre los egipcios, griegos y romanos. Los griegos las empleaban en las fiestas dionisiacas, los romanos durante las lupercales y Saturnales y además, en las representaciones escénicas, con el paso del tiempo la palabra máscara fue convirtiéndose en símbolo de cara falsa; la máscara es el personaje que se representa en un “juego”, el escudo para protegerse de un mundo exterior y

hostil. Anteriormente en occidente el significado de la palabra máscara estuvo vinculado al de persona. Según Gisela Cánepa (1998)<sup>15</sup> “Tanto la palabra griega prosópon como la palabra latina persona se utilizaban para designar a la máscara. Sin embargo, la idea de persona tuvo un desarrollo muy particular en la sociedad occidental esta se fue separando de la idea de máscara, especialmente cuando, por influencia del derecho romano, en el cristianismo y, luego, en la filosofía moderna, (...) la persona se constituye en una entidad moral consciente y responsable de sus actos



<sup>14</sup> Dauder, Jordi. (2001). La máscara en el teatro. (2001). [Video]. Programa “D teatro”. España. Disponible en: <http://www.educarchile.cl/ech/pro/app/detalle?ID=138903>

<sup>15</sup> Cánepa Koch, Gisela. (1998). Máscara, transformación e identidad en los Andes. Lima: Fondo Editorial PUCP, p. 25.

# Tipos de Máscaras:



**Máscara Neutra:** Máscara pedagógica que sirve esencialmente para potenciar el movimiento del cuerpo.



**Máscara expresiva:** Máscara que tiene personalidad y movimiento gracias a su abertura a la altura de la boca.



**Máscara fija:** Máscara que tiene una sola expresión, es una máscara que solo puede servir para decoración.



**Máscara larvaria:** Máscara blanca, voluminosa, con formas contundentes que introducen en el mundo del personaje.

<sup>A</sup> Fuente: <http://estudiogershanik.com/mascara-neutra-larvaria-y-expresiva/>

<sup>F</sup> uente: <http://estudiogershanik.com/mascara-neutra-larvaria-y-expresiva/>



# Teatro callejero:

Reconocido como una forma de representación artística y teatral que se desarrolla en escenarios urbanos, públicos o exteriores donde los espectadores no pagan una entrada para asistir al espectáculo y donde cabe la posibilidad que este público llegue al espectáculo de manera espontánea. El teatro callejero es conocido también no como un tipo de teatro sino como una referencia de espacio escénico, es claro que este es un espacio donde confluyen diferentes manifestaciones teatrales que rompen con la forma tradicional del escenario habitual, donde se crean escenarios alternativos existiendo una relación dialéctica que sobrepasa la visión del teatro como sólo un espectáculo. “El teatro callejero trasciende lo satírico, el sarcasmo y el chiste para representar en escena una propuesta seria, de carácter social” (Lizardi, 2010) <sup>16</sup> que promueve diferentes manifestaciones de una transformación social y pone en evidencia desde su propia mirada con un lenguaje popular, visiones que tratan sobre temáticas de cierto tinte político y social.

Probablemente la forma más antigua de teatro es el teatro callejero. En los actuales espectáculos de masas se pueden encontrar reminiscencias de sus orígenes como espectáculo callejero, entre ellas: actos folclóricos, ceremonias, entre otros espectáculos que evocan a este arte del pueblo. Colombia -como

lo señala Javier Ocampo-, se destaca en el concierto mundial por su gran número de fiestas Populares “Es una nación en donde sus ciudades, pueblos, aldeas y veredas hacen muchas fiestas, carnavales, reinados, bazares, jolgorios, luminarias, velorios, negreras y otras manifestaciones de la alegría popular” (Ocampo, 1995) de manera que las raíces desde las cuales se ha formado el teatro callejero colombiano, han sido este tipo de representaciones donde el esfuerzo de la comunidad teatral ha sido siempre el de acercarse a esos gestos festivos del pueblo que a su vez son el origen del quehacer teatral.

<sup>16</sup> Lizardi Castro, Ana Gabriela. (2010). El teatro callejero: un recurso pedagógico para fomentar la socialización en el adolescente. Tesis de Licenciatura en Pedagogía. México: UPN. Disponible en: <http://200.23.113.59/pdf/27578.pdf>



Según la historia del teatro callejero, éste parece dividirse en dos; a continuación referimos un paralelo donde se muestra desde la época de la conquista características de los teatros de la época:

- Un teatro oficial perteneciente a las clases dominantes. Según la historia este tipo de representaciones son una copia fiel de los moldes europeos de la época, creado bajo la base transformadora y de patrones católicos con el objeto de convertir a los pueblos sometidos.
- Por otro lado una vertiente popular se desata, lejos de los cánones estéticos oficiales de la moda. Fue desarrollada por grupos indígenas que siguieron siendo más o menos fieles a sus creencias y costumbres antiguas, o las asumieron matizándolas, conservando algunas de sus tradiciones, creando nuevos géneros espontáneamente, por la necesidad siempre humana de teatralizar. Los actos de este tipo de teatro se presentaban por lo general en áreas abiertas a todo género de público.

En tiempos recientes, Colombia posee uno de los movimientos de teatro callejero más interesantes a nivel de Latinoamérica, cuya cuna se encuentra en Bogotá Colombia, con compañías y grupos que se han dedicado de forma profesional y que cuentan con trayectorias que en algunos casos superan los 30 años consecutivos, siendo los más antiguos de Latinoamérica . Donde sus formas de representación varían, pero mantienen una continua búsqueda de nuevas poéticas, resaltando la intención de mantener la tradición oral y festiva. <sup>17</sup>



<sup>17</sup> González Cajiao, Fernando. (1997). Teatro popular y callejero colombiano. Bogotá: Cooperativa Editorial Magisterio.



Es el caso particular del teatro taller de Colombia, cuya trayectoria inicia en el año de 1972, siendo ellos los precursores del movimiento de teatro callejero en Colombia.

Una de las principales características de éste teatro es la “capacidad de subvertir lo cotidiano” entendida como un teatro que ocupa la ciudad, e invade espacios públicos, como forma de creación y aproximación a nuevas lógicas de reconfiguración de la ciudad y lo cotidiano.

El teatro callejero es un ejercicio creador con potencial simbólico y poético donde convergen múltiples sentidos de lo concebido como espacio urbano, propiciando la re-significación de los



sentidos de la calle, siendo un elemento extraño que penetra en un determinado espacio que cuenta con un repertorio de usos ya establecidos, un parque, una plaza, un bulevar; transgrediendo lo conservador del espacio concebido por sus usuarios habituales.

Por lo general la puesta en escena de un teatro callejero sienta su base en la proposición de que la ciudad y los flujos de la misma son elementos constitutivos de la puesta y son elementos necesarios para la sustentación del espectáculo teatral, donde el ambiente urbano es el punto de convergencia desde donde debe partir todo el ejercicio creador y performativo. De esta manera las potencialidades del espacio urbano se reconfiguran y es aquí donde el festival de teatro Popular y Callejero busca establecer prácticas de re-significación de los espacios de la ciudad de Pasto.

Para el actor de teatro callejero es sumamente necesario pensar la construcción de su proyecto escénico partiendo de los condicionamientos físicos a los cuales se encontrará sometido su espectáculo ya que el teatro se realiza en espacios de la ciudad donde la presentación debe funcionar en medio de las interferencias, como lo es el ruido y la variedad de estímulos que suceden ahí, y entender que el espacio será el que estimulará sus acciones, comprendiendo que intervenir estos espacios es crear breves fisuras en las acciones cotidianas.







# Escenificación en el Carnaval de Negros y Blancos:

“Según la versión de Alejandro Ortiz López, el teatro nariñense se origina hacia finales del siglo XIX y comienza con la escenificación de los “Autos y pasarelas” así en 1880, Don Lisandro Maldonado componía Escenas para los hogares y pasarelas para el publico.”

Según el Texto de Lydia Inés Muñoz estas Escenas o “cuadros Vivos” consistían en que un grupo de personas se disfrazaban de acuerdo a una alegoría de orden lírico, patriótico, histórico o religioso.

“El Auto sacramental sobre la epifanía – obra muy popular del maestro Maldonado (1880) se presentaba al público iniciando con el desfile de la comitiva del rey blanco que salía de la iglesia de san agustín (a); el rey indio con su séquito que salía de la iglesia de San Andrés (b) y el rey negro con sus morenos se desplazaban desde el ejido (c) El sitio de concentración era el pretil de la iglesia catedral – hoy San Juan Bautista (d) donde después de conferenciar con el rey Herodes, salían hacia la iglesia de el portalito (e) ubicada en el sitio que hoy ocupa el edificio del cuerpo de bomberos de pasto, donde concluía la representación teatral.”

El mismo texto nos referencia que de los 18 poblados que circundaban la ciudad bajaban los indígenas los días 3,4, y 5 donde había premio para la mejor pareja, y donde los indígenas traían antifaz y máscaras de diablo o de animales. “Los Carnavales incluían a demás de los desfiles de autos alegóricos, presentación de dramas y hasta cine publico”.<sup>18</sup>



<sup>18</sup> Muñoz Cordero, Lydia Inés. Op. Cit.



# Procesos Comunicativos y comunicación como proceso social:

Desde el punto de vista etimológico, el vocablo comunicación viene del griego “koinoonía”, que significa comunicación y comunidad a la vez. De aquí la estrecha relación que siempre se ha establecido entre “comunicarse” y “estar en Comunidad”. O sea que se está en comunidad porque se pone en común algo a través de la comunicación. La comunicación no es pues, un simple agregado a la convivencia, sino un hecho realmente esencial, intrínseco a la esencia misma del hombre como animal social y, por lo tanto, no se le puede reducir a un discurso sobre la comprensión de los medios. Luis López Forero (1986) <sup>19</sup>

El diccionario define como “proceso” a cualquier fenómeno que presenta una continua modificación a través del tiempo o también como cualquier operación o tratamiento continuo. Un proceso es una serie de pasos de un fenómeno. Es de carácter dinámico, cambiante, continuo que presenta una constante modificación a través del tiempo.

El proceso comunicativo es el conjunto de actividades vinculadas al intercambio de datos, siendo este un proceso que requiere de un emisor y un receptor, donde el emisor envía señales que

pueden ser escritas, palabras, gestos, para difundir un mensaje, cuando las señales llegan a un receptor este debe decodificarlas para interpretar el mensaje; el proceso contempla una “devolución del mensaje” a través del cual el receptor toma el papel del emisor y viceversa, en este proceso los emisores y receptores comparten una combinación de reglas y signos que permiten la consolidación de la comunicación.

Una de las reglas de un proceso es que se debe contar con componentes que “interaccionan” entre ellos es decir que cada uno de ellos influye sobre los demás. Para este caso los componentes del proceso comunicativo son los seres humanos, quienes conviven en sociedad y se organizan para atender las demandas de los individuos que conviven en ella, esta interacción es definida como estructura social.

Antonio Pasquali (1978)<sup>20</sup> afirma que “La comunicación aparece en el mismo instante en que la estructura social comienza a configurarse y donde no hay comunicación no puede formarse ninguna estructura social.” De los procesos humanos, podemos considerar a la comunicación como uno de los procesos más importantes ya que permite la interacción y según Pasquali la que permite la formación de las estructuras sociales.

<sup>19</sup> López Forero, Luis. (1986). Introducción a los medios de comunicación, Bogotá: Universidad Santo Tomás, CED, p. 32. .

<sup>20</sup> Pasquali, Antonio. (1978). Comprender la comunicación. Caracas: Monte Ávila Editores.









En su libro “El Proceso de comunicación” David k. Berlo (1984)<sup>21</sup>, describe que cuando tratamos de escribir o hablar sobre un proceso, como puede ser el de la comunicación nos enfrentamos a por lo menos a dos problemas, uno de ellos es el de detener la dinámica del proceso, así como cuando detenemos el movimiento en una fotografía, de la cual podremos sacar observaciones muy útiles de esta, pero al final solo será una representación del hecho mas no el hecho en si mismo, en palabras de Hayakawa que el mismo cita “La palabra no es la cosa, no es más que un mapa que podemos utilizar para guiarnos en la exploración de los territorios del mundo”. También menciona un segundo problema en el cual refiere que

al describir el proceso deriva la necesidad de hacer uso del lenguaje, donde la cualidad del proceso en si mismo se pierde, de igual manera cuando se vuelve letra escrita (signos sobre el papel) , esta es otra forma de registrar el lenguaje, una imagen del proceso; fija permanente y estática perdiendo su propia naturaleza. Termina describiendo que aun en el lenguaje hablado solo abarca un corto periodo de tiempo en el que resulta relativamente estático.



<sup>21</sup> Berlo, David K. (1984). El Proceso de la comunicación. Buenos Aires: El Ateneo.

# El Diseño Gráfico Y construcción de marca:

El diseño gráfico no consiste en simplemente ser llamativo, se trata de entender, ordenar e interpretar el contenido para comunicar, que la información sea accesible y tenga sentido para la gente.

Los términos como branding no suponen únicamente aumentar el tamaño de las piezas, aumentar los colores o ser muy llamativos, contempla una serie de elementos que en conjunto configuran e intervienen en la construcción de una marca/ producto que busca persuadir a un público para que consuma o elija determinado producto, valiéndose de Insight del grupo objetivo con el cual se está comunicando para que el mensaje sea efectivo.

En este proceso todos los factores influyen de manera importante. Desde el proceso de ejecución y planificación de una estrategia para instituir una marca sin dejar de lado su expresión gráfica (logotipo), fonética o sensorial que se convierten en un concepto definido y comprensible; que motiva la adopción de un servicio que se convierte finalmente en una experiencia.

“...El reto de la construcción marcaría encontrar elementos



psicológicos y emocionales que generen empatía en el grupo objetivo y así, no solo generar consumo, sino también fidelidad. En este sentido, el concepto de marca se resume, se concreta en una expresión sensorial, sea visual, fonética-auditiva u olfativa. La labor del diseño gráfico en su construcción, afecta el peso conceptual de la misma. Es necesario entonces tomar con seriedad el rol del diseño y su aporte al posicionamiento marcario.”<sup>22</sup>

<sup>22</sup> Imeri Eddy, (2014)La marca, la publicidad y el branding Disponible en: <http://foroalfa.org/articulos/l-marca-la-publicidad-y-el-branding>



FESTIVAL  
4  
ESCENARIOS  
ACIONES DE TEATRO  
4  
ALLERES TEATRALES  
DE ENERO 2015  
EN EL PLAZA DE LA UDO

Festival de Teatro  
La Mascarita  
en Píruvia  
PASTO DEL 1 AL 5 DE ENERO 2015  
PERUVE Y PLAZA DE LA UDO  
BRASIL  
BOLIVIA  
PERU  
ECUADOR  
COLOMBIA  
WWW.TEATROLACHUADA.ORG  
TEL: 07-3600000 DE SAN RAMON - 1251500  
PARRIS DE SAN RAMON  
PARRIS DE PASTO  
COMANDO DE PASTO  
BARRIO LINDO DE ALHAMA  
FACULTAD, CACHAVALI





# Diseño de experiencia:

El diseño de experiencias. “Experience Design”, es un término introducido por el American Institute of Graphic Arts (AIGA), que lo define como una perspectiva más avanzada sobre el campo del diseño tradicional, cuyo objetivo es crear experiencias que sean más que servicios o productos comunes, provocando la conexión emocional con el cliente o usuario. El diseño de experiencias implica un cambio en la manera de relacionarse con el usuario, pues se debe estudiar cómo captar su atención. Por ejemplo, se han creado instalaciones de tipo interactivo, que han llevado al usuario a conocer fenómenos que a simple vista no puede percibir. En otras muestras, los usuarios han podido aprender y maravillarse sobre historia y arte, todo a través de un entorno dinámico e interactivo, muchas veces pasando a formar parte de él.

La premisa que nos conduce a considerar el diseño de experiencias como parte de nuestro estudio implica el pensar globalmente en el producto que queremos brindar al público, así como configurar el mensaje de tal manera que no sea solo un goce visual, sino un conjunto de sucesos que permitan comunicar el mensaje y llegar a suscitar una experiencia. Generando tres puntos que son base de una experiencia, considerando la visión de un pionero en este tema Nathan Shedroff para quien las fases que componen una experiencia son:

**Atracción:** necesaria o voluntaria. Aquello que lleva a iniciar una experiencia. Se basa en la seducción: descubrimiento, novedad, sorpresa, expectativa y ambiente. Si la repetición aporta, mejor.

**Compromiso:** es la propia experiencia. Debe ser identificable respecto a su entorno y tener un final. En esta fase se produce una “desconexión” de la persona respecto a su entorno.

**Conclusión:** tan importante como las otras fases. Toda experiencia tiene un final. Una buena experiencia debe tener en cuenta qué sensación dejará en las personas que la hayan vivido una vez finalizada: utilidad, satisfacción, llamada a la acción.

**Extensión:** la experiencia y sus consecuencias continúan una vez finalizada aquella.

Los elementos que contribuyen a crear experiencias superiores son reconocibles y reproducibles. Las experiencias se pueden diseñar. (Shedroff 2000)<sup>23</sup>. El Diseño de Experiencias sirve tanto a productos como a servicios, a espacios físicos o virtuales. Basándose en disciplinas como psicología, diseño de interacción, diseño gráfico, multimedia, diseño de juegos, arquitectura, interiorismo, imagen y en general todo aquello que juegue con las emociones, sensaciones y sentidos de las personas.

<sup>23</sup> Shedroff, Nathan. (1994). Information Interaction Design: A Unified Field Theory of Design, Disponible en <http://www.nathan.com/thoughts/unified/>



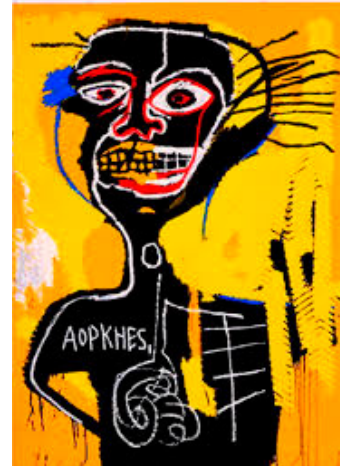




# Referentes:

## Basquiat:

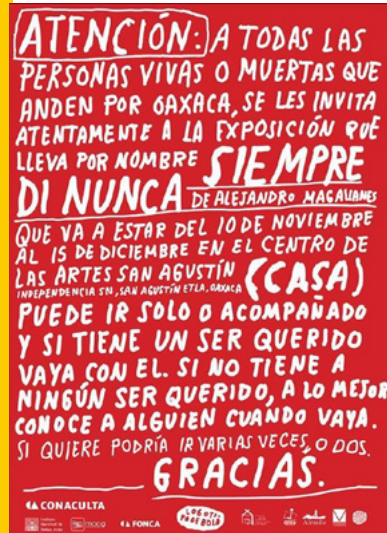
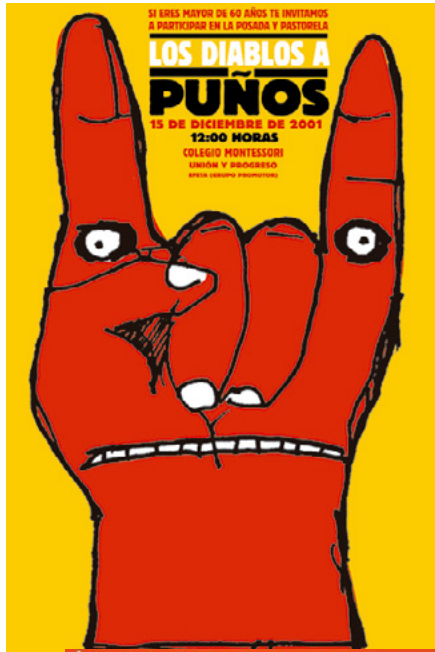
Jean Michael Basquiat: pintor estadounidense que nació en Brooklyn, Nueva York, el 22 de diciembre de 1960. Vagabundo rebelde que desde 1980 comenzó a dedicarse principalmente a la pintura, expresa fascinación por el expresionismo abstracto y por las caligrafías de Cy Twombly. Completó su formación autodidacta como oyente en la Escuela de Artes Visuales. Su trabajo es tomado como referente para este proyecto por la fuerza de sus composiciones y el uso de los contrastes con colores puros, así como sus trazos frenéticos y el pulso irregular de sus obras.



Florence 1983

JEAN-MICHEL BASQUIAT

# Referentes:



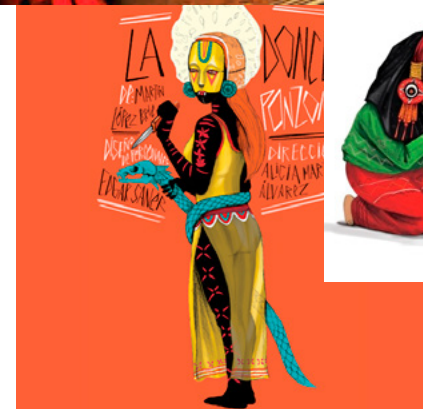
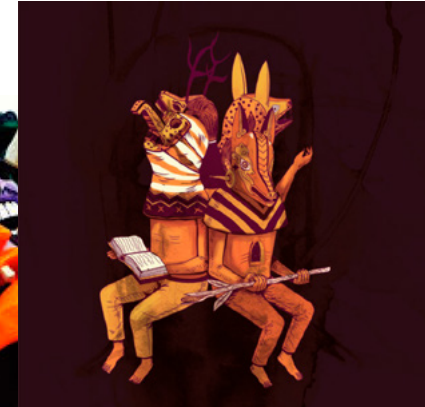
# Alejandro Magallanes:

Nació en la ciudad de México en 1971, y estudió diseño gráfico en la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la Universidad Nacional Autónoma de México. Es un gran referente para este proyecto porque en su trabajo le otorga una gran importancia a la caligrafía, así como la libertad en el trazo y el mensaje destacando la manera de crear los mensajes con un tinte popular y cercano, su obra no tiene un estilo único. Dice que sus imágenes tienen que ser directas, parecer frescas y espontáneas.

## Referentes:

# Carlos González Ximénez “Saner”:

Es un artista visual, ilustrador y diseñador gráfico mexicano cuya obra ha sido exhibida y reconocida internacionalmente. Su trabajo está fuertemente influenciado por el folclor, las tradiciones mexicanas y la cultura pop. En su trabajo revitaliza e inventa distintos personajes e íconos de la cultura mexicana mezclando en su obra elementos como máscaras, Calaveras totems, y objetos por medio de los cuales logra comunicar con un aire renovado lo propio de la cultura popular de su país.





## Referentes:



## Carlos González Ximénez:

Fotógrafo Europeo. Visitó 18 países europeos en busca de la figura mitológica del hombre salvaje. Su extraño y hermoso álbum de fotos, *Wilder Mann: la Imagen del Salvaje*, explora la fascinación humana con el mito, ritual y tradición.

## Charles Fréger :

Español, Reportero gráfico, fotógrafo especializado en temas de interés etnográfico, coleccionista de fotografía antigua. En el trabajo de recopilación ha capturado diferentes personajes de Europa, característicos de su cultura especialmente presentes en Carnavales tradicionales de Portugal.



Estos dos artistas son un gran referente en cuanto al trabajo de recopilación de vestuarios e investigación etnográfica. En su trabajo estos dos fotógrafos recopilan gran variedad de trajes y personajes festivos y populares que sobreviven actualmente como íconos de diferentes fiestas y carnavales en Europa, igualmente deja en evidencia la preocupación siempre clara de las culturas por revitalizar y mantener vivas sus creencias populares y ancestrales.

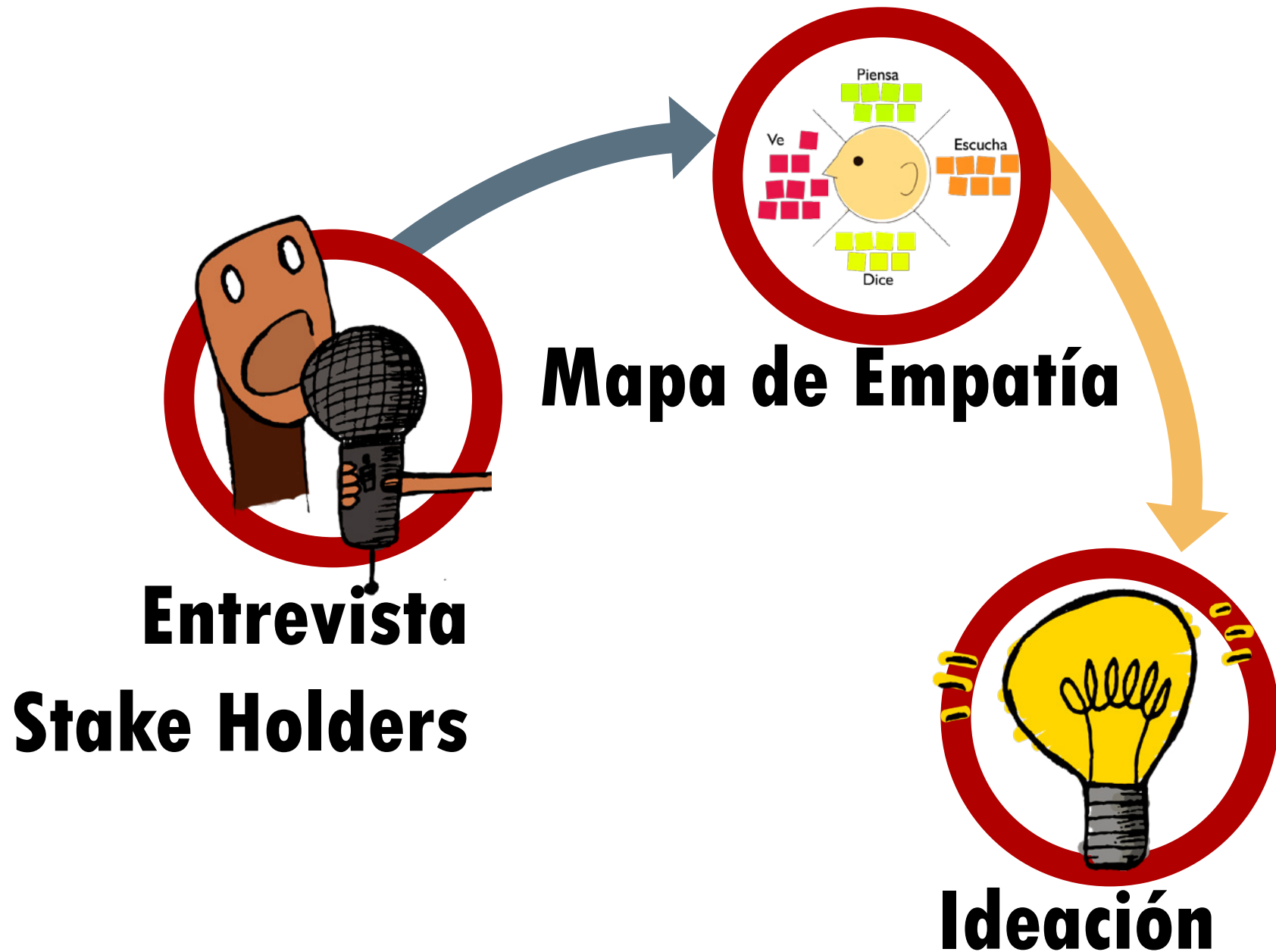




# Metodología Proyectual:



# Instrumento de Recolección





Para conocer las opiniones de las personas con referencia a un festival de teatro que se desarrolla en carnavales se documenta auditivamente la impresión de la gente al responder una serie de preguntas con respecto al teatro en Carnavales.

La intención de esta búsqueda al empatizar con el usuario, conociendo su opinión, nos pone en el centro de este proyecto al usuario siendo el foco desde donde el proyecto busca desarrollarse, el compartir palabras con personas a través de un recorrido por la ciudad generado al azar por medio de un sistema creado para este fin el cual consiste en una bolsa, y una serie de fichas marcadas de la siguiente manera:

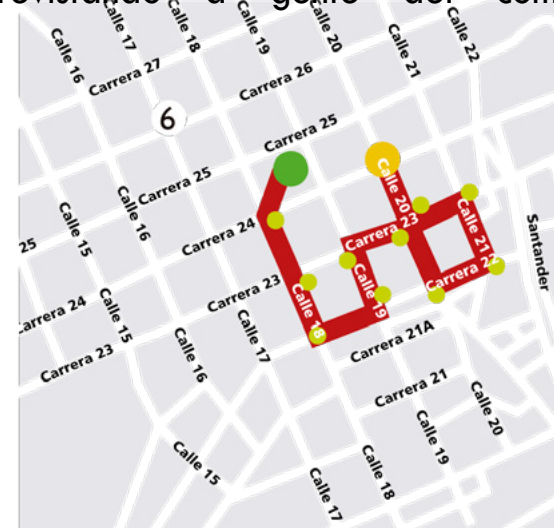
- a) 1 cuadra
- b) 2 cuadras
- c) Derecha
- d) Izquierda
- e) Al frente
- f) Atrás
- g) Hombre
- h) Mujer

a y b corresponden al número de cuadras que se deben recorrer y en conjunto con c,d,e,f la dirección hacia donde se debía recorrer ese número de calles, y g,h a la primera persona Hombre o Mujer a quien se le debe preguntar.

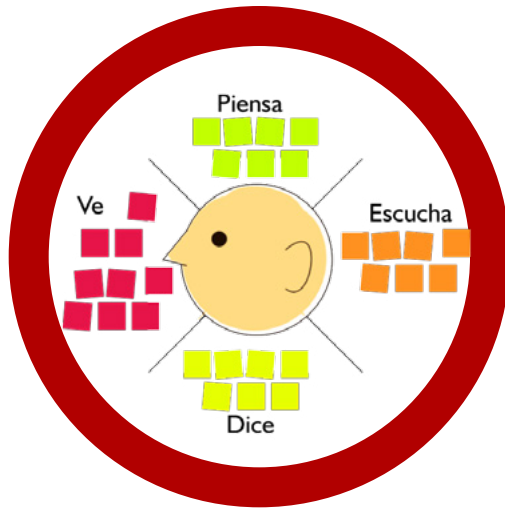


# Entrevista Stake Holders

Entrevista Stake Holders Se realizó el siguiente recorrido por el centro de la ciudad de Pasto entrevistando a gente del común.



Las mismas series de preguntas se realizaron a empresas co-financiadoras y demás Holders identificados, como lo son: medios de comunicación y aliados de este evento.



# Mapa de Empatía

Del ejercicio de entrevistas a Stake-Holders se realizo un mapa de Empatía en el cual se ubicó las ideas más destacadas que se obtuvieron de las entrevistas.

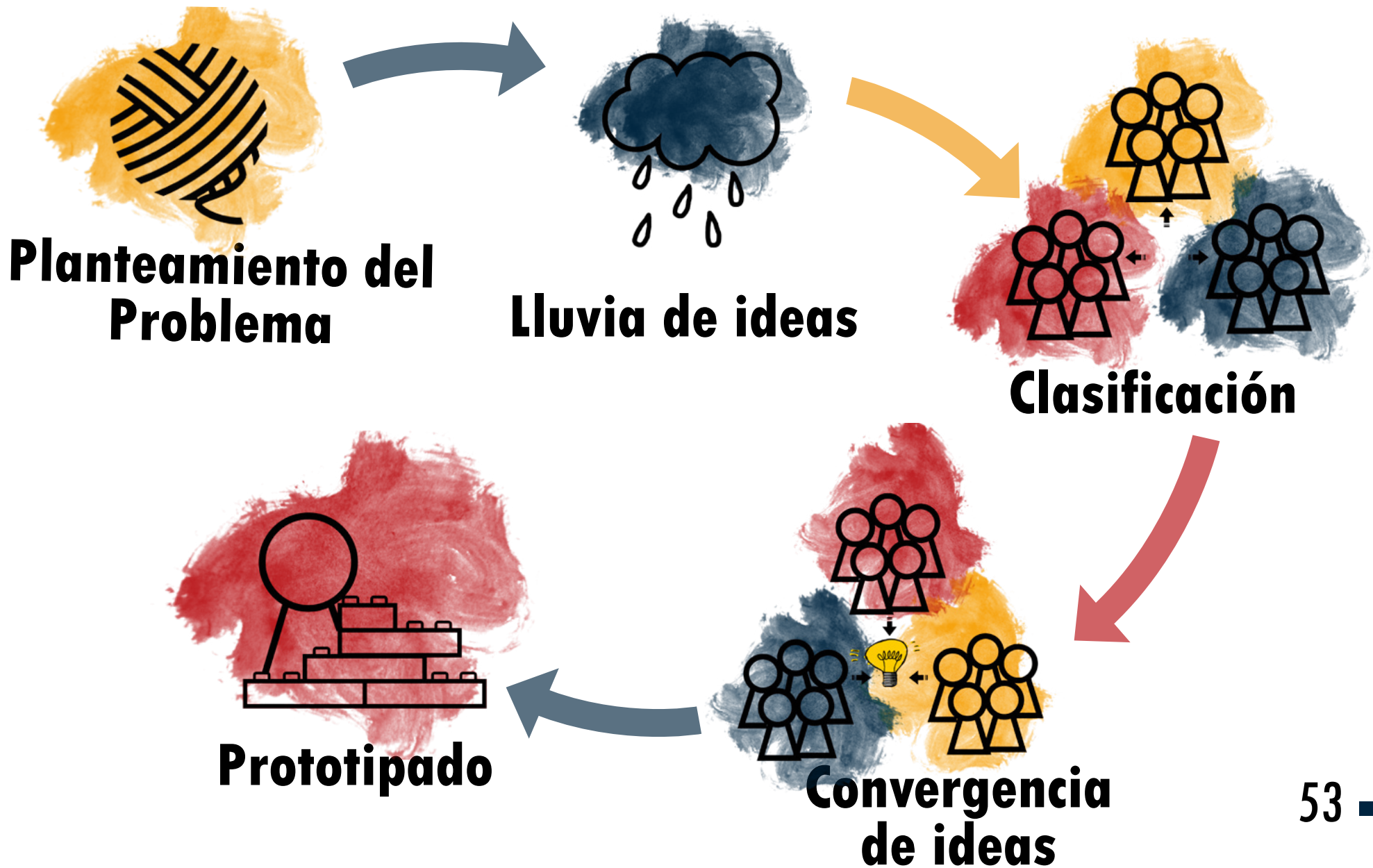




# Metodología de Talleres



**Ideación**



# Contextualización:



En primera instancia se socializó a los participantes del taller sobre la historia del teatro callejero y los antecedentes de participación de colectivos y grupos teatrales en los carnavales, así como el objetivo del proyecto para el año 2015, los alcances, logros y desafíos de este evento cultural para esta nueva versión.





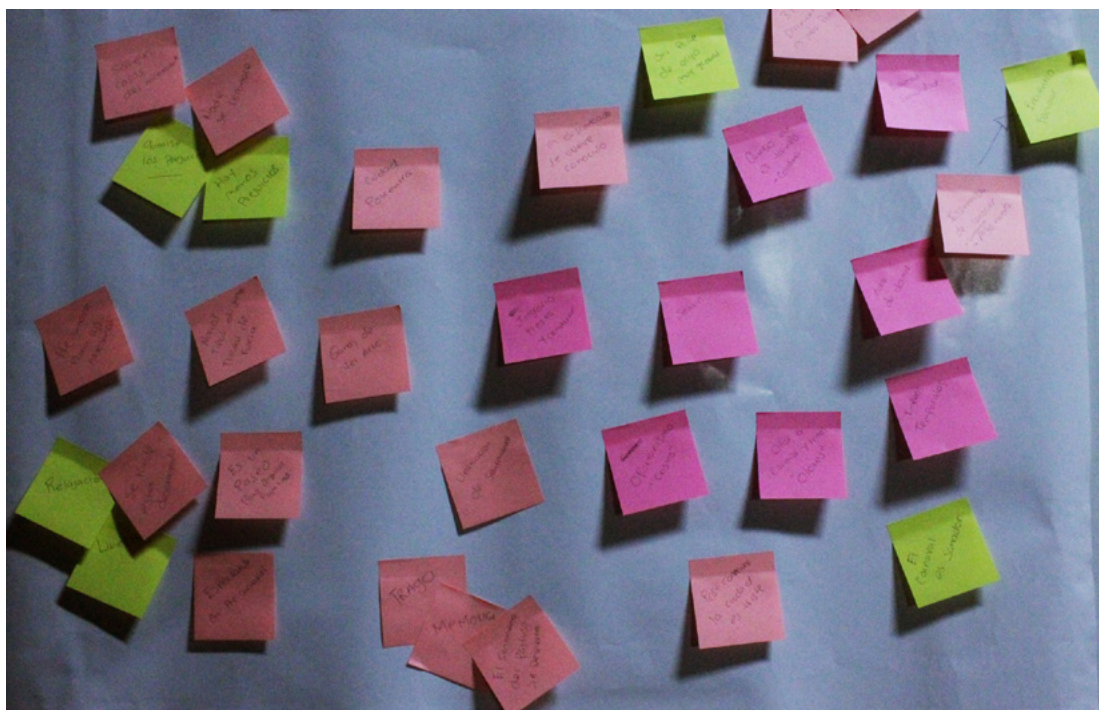
## Planteamiento del Problema:



En una segunda instancia se llegó a un diálogo con los participantes por medio del cual se argumentan las razones por las cuales el evento busca ser parte del Carnaval así como la necesidad de fomentar el reconocimiento y posicionamiento de este evento cultural ante la comunidad y especialmente ante entidades oficiales culturales y privadas generando espacios de reconocimiento y apoyo para iniciativas culturales como lo es el Festival.



## Lluvia de ideas:



Se procede a realizar una lluvia de ideas general donde los participantes escriben sus opiniones acerca de un evento cultural que se desarrolla en carnavales, en la cual exponen todas sus dudas, opiniones y demás comentarios generales que les surgieron al inicio del taller.





## Clasificación:



Se dividió el grupo en equipos interdisciplinarios a los cuales se les entrega los Insight con los cuales desarrollará la sesión.

# Convergencia de ideas:



Se entregaron fichas con “insights” que se recopilaron en las entrevistas semi estructuradas con los diferentes agentes participantes del festival donde cada grupo por medio de notas auto adhesivas debía consignar su punto de vista referente a cada Insight leído. Esta etapa de generación de ideas alrededor de cada categoría giró en considerar todas las ideas sin limitarse, ya que posteriormente de todas las ideas debía salir una en común teniendo en cuenta el público objetivo y los aspectos de los cuales se les habló al inicio de la sesión.





## Prototipado:



En esta Etapa se realizaron acercamientos a las diferentes estrategias e ideas que cada grupo concretó, se socializó la propuesta de cada grupo a los demás, por medio de piezas de lego, y figuras de plástico, poniendo en conocimiento su dispositivo de comunicación e idea. Al finalizar la sesión se cerró generando conclusiones alrededor de las ideas que cada grupo propuso, concluyendo entre los asistentes cuáles de las ideas escuchadas eran las más apropiadas para el proyecto.

# Resultados del Instrumento

## Festival de teatro En Carnavales

### Identidad

- Personaje Teatral
- Tradicional
  - Con personalidad
  - Que invite
  - Que Interactúe

### Difusión

- Difusión Callejera
- Publicidad
- Difusión Pantallas Led
- Uso de Tics
- Redes Sociales
  - Aplicación Móvil
- Promocionar durante todo el Año

### Posicionamiento Y reconocimiento

Documental



## Identidad

La creación de un personaje que sea tradicional de la época de Carnaval con una personalidad propia y acorde a las fiestas que interactúe con las personas y que sea quien invite al disfrute de esta actividad.

## Difusión

Uso de las Tics, redes sociales así como la creación de una aplicación móvil que informe sobre las obras de teatro las rutas y lugares de presentación.

Promoción durante todo el año por medio De talleres de teatro, muestras culturales, música y stands donde se brinde información a las personas sobre qué es el festival.

## Posicionamiento Y reconocimiento

Documental audiovisual en el que se pueda observar cómo se lleva a cabo este evento teatral, donde se consignen opiniones y fragmentos de las obras de teatro. Este elemento servirá para proyectarlo en diferentes espacios, mostrarlo a empresas que apoyen el sector cultural, convocatorias, eventos etc.

# Identidad

El Taller se realiza con el objetivo de crear un trabajo colaborativo y de co-creación entre los asistentes donde se busca que en conjunto se genere un posible escenario donde se dé a conocer el festival, los invitados fueron personas jóvenes de diferentes disciplinas universitarias entre los cuales se puede destacar que algunos disfrutaban mucho del carnaval y otros opinan que el carnaval no es llamativo, se buscaba que los participantes construyan a partir de sus experiencias teniendo en cuenta las necesidades de un público a quien va dirigido el festival mediante una estrategia de creación colectiva donde todos tenían voz y capacidad de decisión sobre las ideas que se generaban, destruían y generaban nuevamente, siendo un proceso donde lo colectivo toma fuerza más que lo individual, cerrando el taller con las opiniones de cada uno acerca de todas las ideas planteadas anteriormente y generando un espacio de discusión y mejoramiento de las ideas iniciales.

Para el desarrollo de los artefactos y piezas de este proyecto se tiene en cuenta todas las ideas que arrojó el taller donde se desarrolla inicialmente la identidad del festival por medio de un personaje que guíe las acciones del festival, así como las maneras de generar difusión de forma alternativa y el desarrollo de una estrategia que durante un período largo de tiempo promueva el festival, al igual que por medio de las tics se socialice el festival donde se incluye la creación de una aplicación móvil.





# Búsqueda del personaje

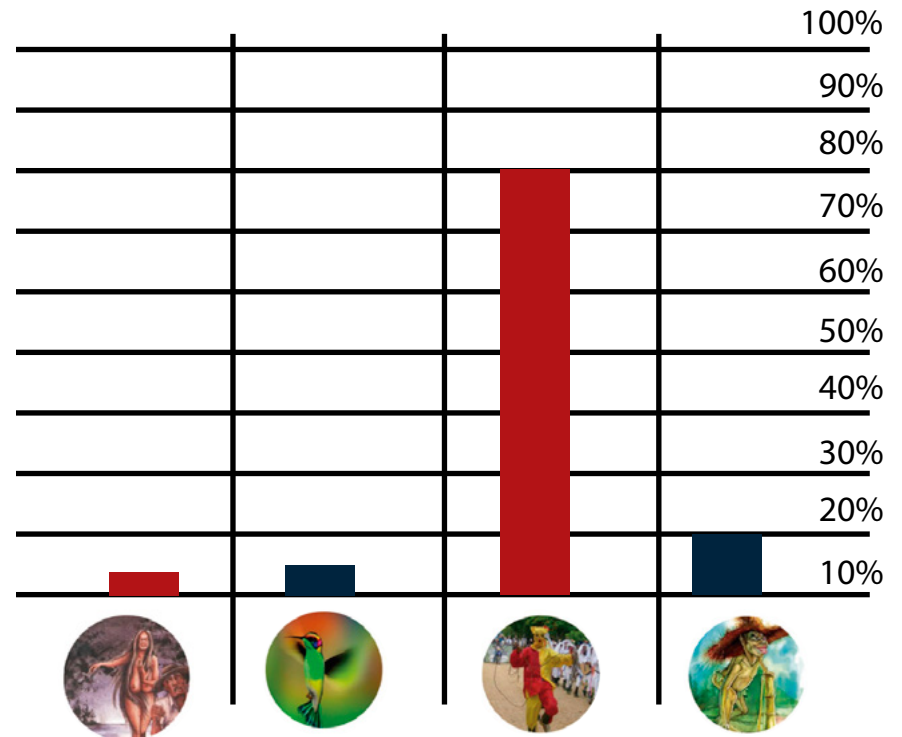
Una vez definidas estas ideas se debía comenzar la búsqueda del personaje que refleje y cumpla con lo que los asistentes al taller plantearon en el taller, es decir que represente lo festivo del Carnaval, se procedió a recopilar información sobre personajes de San Juan de Pasto propios de la época de carnavales que cumplieran con los resultados del taller. Finalmente se llegó a 4 personajes que reflejaran este sentido de la fiesta.

- El duende
- La madre monte
- Quinde
- El kusillo.

Con esta información se realizó una (encuesta rápida) a una muestra representativa de personas las cuales serían las encargadas de decidir qué personaje reflejaba la identidad festiva del carnaval.



Con un 75% el personaje elegido el que las personas consideraron representaba más la alegría del carnaval fue el kusillo.





Desde sus inicios el proyecto se dio mediante un enfoque colaborativo y de co-creación, por esta razón se consideró pertinente el desarrollo de dos talleres que cerraran este ciclo de creación colectiva. Mediante la misma metodología utilizada en el primer taller, con el fin de reforzar la idea del personaje, encontrar sus características físicas y acciones que guiasen su papel dentro del festival obteniendo así una carga teatral, se busca también definir la personalidad con la cual interactúe con el público asistente al evento.



# Taller 2

## Creación del personaje



Buscamos elementos visuales para la creación y desarrollo gráfico del personaje, para este fin se invitó a personas que conocían sobre la historia del Carnaval a hacer parte de este trabajo donde se tuvo como resultado elementos del traje del personaje. El taller se inició con una breve introducción a la historia del kusillo, se prosiguió con una lluvia de ideas. Seguidamente se le entregó a cada participante hojas de papel sobre las cuales debían ubicar con notas adhesivas las características que según ellos, debía tener el kusillo en la actualidad. En seguida se realizó un intercambio de papeles entre los participantes y posteriormente la formación de grupos de tres personas las cuales debían dibujar el personaje kusillo sobre una silueta, reflejando las ideas más relevantes para el personaje.

# Taller 3

## Canción del Festival



El último taller busca crear una historia para el personaje y su relación con la ciudad. Para este taller se contó con la participación de estudiantes del colegio San Francisco Javier, quienes en el tiempo en que se aplicó el taller desarrollaban su proyecto de aula en torno a mitos y leyendas, se consideró este como un escenario propicio para recrear historias con base a estos relatos de la región. El taller comenzó con una contextualización referente a mitos y leyendas de personajes de Nariño, así como la narración oral de 3 historias de nuestra región, haciendo uso de instrumentos musicales y elementos de la técnica de Narración oral para crear empatía con los niños. Las historias narradas fueron “La madre monte” “el Duende” y “El niño Auca” después de esta narración se les compartió una breve historia sobre el kusillo, la cual fue creada a partir de mitos y leyendas de Nariño, en la cual se retomaban particularidades sobre los mitos y leyendas que los chicos habían estudiado. Por motivos de la cantidad de participantes en este taller la metodología tuvo que variar. Después de la contextualización se procedió a dividirlos en grupos y que cada grupo escribiera en hojas ¿cómo este personaje se comporta en la ciudad, cuáles eran sus travesuras y sus acciones en San Juan de Pasto? Finalmente se les solicita que en grupos de 5 estudiantes y con lo que ellos escribieron, crearan un desenlace para la historia que se les había contado al inicio del taller para el kusillo.





**El resultado de este taller fueron diferentes historias en torno a este personaje y características sobre su comportamiento y manera de vivir en la ciudad, este material se aplicó a La Historia del Kusillo, que posteriormente se envió como material de estudio para el compositor Adrián Leverkun quien se planteó crear la identidad sonora del evento.**





III Festival  
De Teatro  
Popular y Callejero

Proceso gráfico



# Creación del Identificador



Para el desarrollo del identificador se buscó resaltar el carácter popular de este evento, rescatando elementos caligráficos presentes en la gráfica "Popular de Pasto".

# Creación del Identificador



III

La Máscara  
Del Pueblo  
Festival de teatro  
POPULAR  
callejero

III Festival de  
Teatro  
POPULAR y callejero  
La Máscara  
Del Pueblo

La generación de trazos irregulares para la producción de una imagen que refleje espontaneidad y naturalidad con la que se proyecta la escena teatral de Pasto; fue lo que se buscó reflejar con esta identidad, inspirado en los anuncios callejeros donde se evidencia la necesidad de comunicar un servicio o bien, donde no se observa intervención de herramientas digitales o de conocimiento de conceptos de Diseño. Que se recolectaron entre el centro y sur oriente de la ciudad de San Juan de Pasto que hemos definido como Diseño Popular.

Según Jesús Martín Barbero, la consecuencia del desplazamiento de la población del campo a la ciudad evidencia la aparición de una trama cultural urbana heterogénea, que está formada por una gran variedad de modos de habitar, estilos de vivir, estructuras de narrar y de sentir. Dentro de los modos de narrar, para cubrir la necesidad de comunicación, debe hablarse de los medios a través de los cuales surjan las expresiones. Hay una llamada cultura popular que durante años ha transformado la configuración de ciudad: cambia el sentido del barrio y la función de los espacios públicos.



# Identificador

## Blanco y Negro



RGB: R/0 G/0 B/0  
CMYK: C/0 M/0 Y/0 K/100  
HEX: #000000

## Escala de Grises



RGB: R/224 G/224 B/224  
CMYK: C/0 M/0 Y/0 K/4,32  
HEX: #F4F4F4

RGB: R/99 G/99 B/99  
CMYK: C/0 M/0 Y/0 K/61,18  
HEX: #636363

## Color

-  RGB: R/134 G/176 B/63  
CMYK: C/66,13 M/ 8,95 Y/96,35 K/0  
HEX: #86B03F
-  RGB: R/168 G/94 B/153  
CMYK: C/32,12 M/ 80,87 Y/11,05 K/0  
HEX: #A85E99
-  RGB: R/231 G/224 B/58  
CMYK: C/18,52 M/ 7,92 Y/91,79 K/0  
HEX: #E7E03A
-  RGB: R/83 G/145 B/163  
CMYK: C/83,94 M/ 28,21 Y/35,5 K/0  
HEX: #5391A3
-  RGB: R/169 G/32 B/103  
CMYK: C/25,34 M/ 97,75 Y/37,89 K/0  
HEX: A922067
-  RGB: R/108 G/31 B/27  
CMYK: C/44,27 M/ 98,61 Y/100 K/26,62  
HEX: #6C1F18
-  RGB: R/223 G/167 B/40  
CMYK: C/8,44 M/ 42,11 Y/93,84 K/0  
HEX: #DFA728



# Ajustes a la Tipografía

---

a b c d e f g h i j

k l m n o p q r s t

u v w x y z



# Tipografía Complementaria

**ABCDEFGHIJKLM  
NOPRSTUXY**

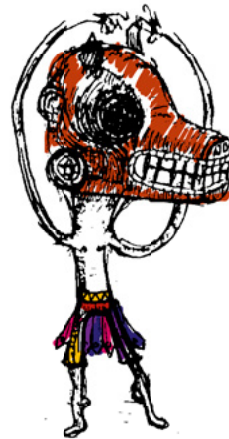
**Fuente: Slik.**

abcd  
efghijklmnop  
qrstuvwxyz

**Fuente: Swis721**

**ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ**

# Proceso Gráfico:



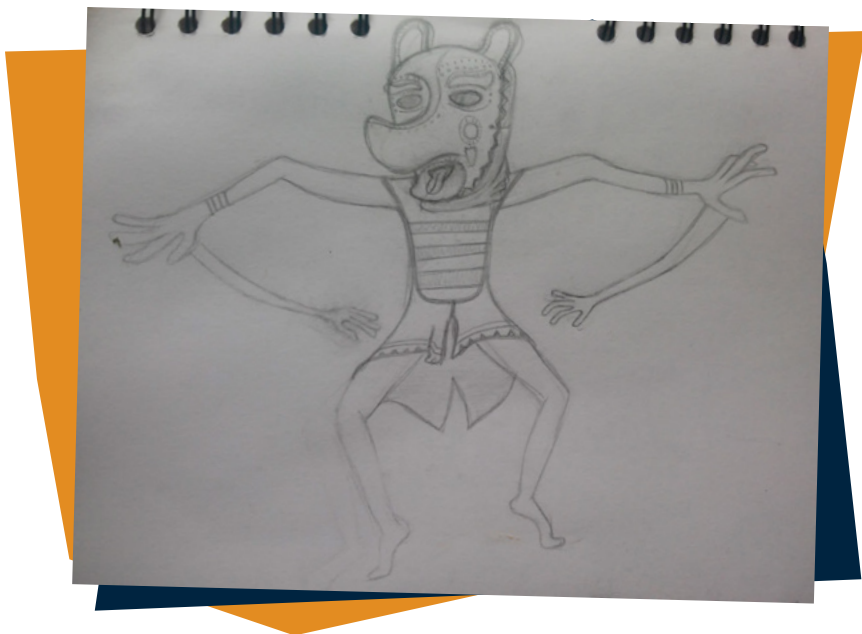
Se inició con la exploración en cuanto a la bocetación inicialmente buscando el reinventar completamente el personaje, explorando con máscaras, posturas y elementos para crear un personaje nuevo.

# Ilustraciones:

A medida que la investigación avanzó nos fue mostrando la necesidad de estructurar un personaje más cercano al kusillo como se lo conoce tradicionalmente, para conservar así algo de la identidad.







Se definió el personaje con características fijas, se determinó cambiar la máscara del personaje simplificando las formas originales para su mejor reproducción sobre la tela.



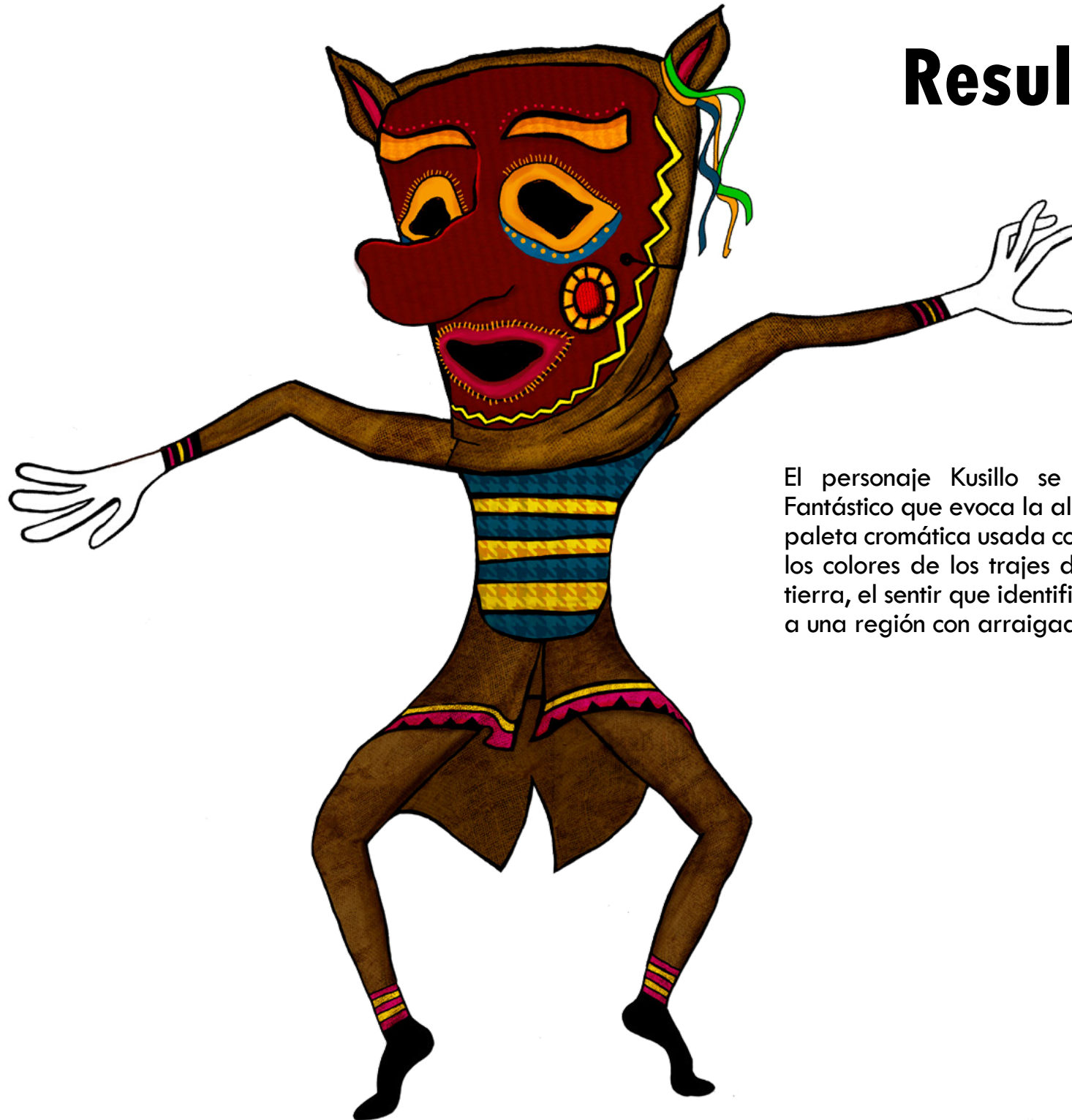
# Proceso Gráfico: Color y Texturas:



Para dar color a la ilustración se usó pinceles planos y redondos que generen manchas regulares aplicando texturas de diferentes telas para generar detalles.



# Resultado Final:



El personaje Kusillo se muestra como un personaje Fantástico que evoca la alegría del carnaval, el uso de la paleta cromática usada contiene colores vivos que evocan los colores de los trajes de Carnaval, y el color café la tierra, el sentir que identifica a los Pastusos de pertenecer a una región con arraigadas raíces campesinas.

# Proceso Gráfico:

## Creación del personaje



Primer acercamiento a personaje, creado con retazos de yute y ropa vieja, este primer ejercicio sirvió para tener contacto con los posibles materiales



# Proceso Gráfico:

## Personaje



# Resultado:



Kusillo en el Parque de Chapalito.



# Resultado:



Kusillo en el Parque infantil compartiendo con el público.



# Resultado:



Kusillo en el Teatro Pasto.



# Resultado:



Kusillo en el Parque de Chapalito.



# Difusión Callejera

Se realiza un ejercicio callejero el día 28 de diciembre en el cual se busca intervenir con el personaje Kusillo un evento que se realiza en el marco del Carnaval como lo es Arco iris en el Asfalto. La Intervención consistió en un ejercicio de Happening.

Los Happening son eventos que ocurren por un momento breve de tiempo y están planeados con anterioridad. Se utilizan para crear conciencia sobre un tema sin que el público sepa lo que está sucediendo. Asimismo, este tipo eventos artísticos performativos tienen lugar por lo general en departamentos, calles o callejones. Los happenings son generalmente secuencias de comandos, pero el público no es consciente de ello.<sup>24</sup>

Para esta actividad se contó con 25 actores, los cuales asistieron al evento de Arco iris en el Asfalto, los actores realizaron un recorrido por todas las calles del evento donde en cada estación se encubrieron entre las personas asistentes al evento, pasando desapercibidos y donde el detonante para realizar la acción fue la entrada del personaje kusillo. Quien genera una señal a la cual los actores encubiertos responden con posición teatral y poniéndose una máscara, cantando al unísono consignas del festival que brindaban información como los países asistentes y entregando la programación impresa del evento a las personas asistentes.

<sup>24</sup> Wikipedia. Disponible en: [http://es.wikipedia.org/wiki/Teatro\\_invisible](http://es.wikipedia.org/wiki/Teatro_invisible)

La experiencia fue acertada como prototipo ya que se logró llegar a un público que disfruta de Alternativas Culturales de una manera inesperada generando mayor interés y la sorpresa para los observadores, el público reaccionó de buena manera, aceptando y reconociendo el festival a partir de una intervención, siendo el primer acercamiento del personaje con las personas, las cuales reaccionaron acercándose al personaje y buscando interactuar y fotografiarse con él.

Después de la realización de este ejercicio se plantea el fortalecer estas expresiones y la inquietud de realizar intervenciones como flash move, happenings, y demás acciones a mayor escala, así como la intervención de espacios cotidianos como plazas centrales, centros comerciales y lugares públicos donde el factor sorpresa y las condiciones técnicas sean de mayor impacto.















RESTAURANTE Y CAFETERIA  
*El Boutique Mariño*



















# Proceso Gráfico:

## Cartel



Cartel Tamaño 35x50cm  
Impreso en Propalcote Mate de 300gr

# Proceso Gráfico:

## Pendones



Tamaño 3 x 1,5 M  
Material: Lona





Pendones en Escenario Teatro Pasto





Pendones en Escenario Teatro Pasto





Pendones en Sede Oficial del Festival  
(Casa Teatro La Guagua)





Pendones en Parque Chapalito



# Proceso Gráfico:

## Escarapelas



# Proceso Gráfico:

## Flyer



Flyer de 20x 15 cm, se realiza en alianza con la Fundación vía libre. Esta pieza también circuló en la revista Mirando el Arcoiris.



# Proceso Gráfico: Programa de Mano



Tríptico de 47 x 16 cm





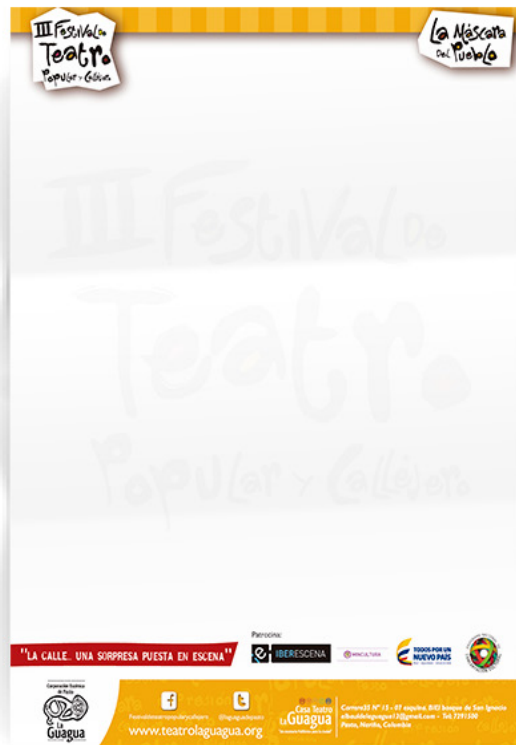


La Programación así con afiches y piezas impresas se distribuyeron en puntos de Información Turística, Gracias a la alianza con la Alcaldía de Pasto y la Subsecretaría de Turismo.



# Proceso Gráfico:

## Papelería



Membretes, Carpetas, CD's y Certificados de Participación, son elementos que se utilizaron desde la presentación del proyecto a las diferentes entidades co-financiadoras como Ministerio de cultura, Gobernación e Iberescéna.



# Proceso Gráfico:

## Camiseta



# Proceso Gráfico:

## Baking para Entrevistas



Pieza Gráfica usada para las entrevistas del documental y que servirá como evidencia del apoyo de diferentes entidades al festival.



# Proceso Gráfico:

## Redes Sociales y Web

La presencia en Redes Sociales del Festival fue un objetivo central al momento de desarrollar las estrategias de Comunicación, este fue el puente de comunicación que buscó crear comunidad y cercanía con el público. Publicaciones Diarias, recordatorio de fechas importantes, expectativa, variedad en las piezas, facilidad para encontrar la información, presencia activa y diaria en las redes, permitieron que la comunidad crezca y se sienta parte de este encuentro.

El diseñador realizó el trabajo de community Manager, acercándose a dinámicas de comunicación en redes sociales teniendo en cuenta elementos como el generar un lenguaje para la comunidad estudiando el perfil de la comunidad y buscando un idioma metafórico más allá del idioma literal, contándoles lo que les interesa.

La inmediatez fue un factor que se tuvo muy en cuenta, generando información diaria y actualizada en las redes del festival, haciendo publicaciones antes, durante y después de cada presentación de teatro, produciendo información detallada y clara para el público.



<sup>17</sup> 22 Referentes en Social Media - 22 especialistas nos dan sus mejores consejos para un Community Manager en 2014 Disponible en: <http://aulacm.com/referentes-social-media/>

# Proceso Gráfico:

## Redes Sociales y Web

The screenshot shows a Facebook page for the 'Festival de Teatro Popular y Callejero La Máscara del Pueblo'. The page features several elements:

- Page Header:** 'Festival de Teatro Popular y Callejero La Máscara del Pueblo' with navigation tabs for Page, Messages, Notifications, Insights, and Posts.
- Recent Photos:** A row of three photos showing people in costumes.
- VIDEOS:** A video player showing a colorful mask with the text 'Festival de Teatro La Máscara del Pueblo - talleres'.
- POSTS TO PAGE:** A post by Nicolas Devincente from January 17, 2015, mentioning 'ActinCam' and a class.
- Main Post:** A large promotional graphic for a workshop titled 'Sonorización Escénica para el teatro de calle' by Vicente Estupiñán. The graphic includes details about requirements (melodious instruments, percussion) and location (Parque Infantil) for January 4 and 5.
- Right Sidebar:** A 'Promote' section showing statistics for 'THIS WEEK': 7 Page Likes, 57 Post Reach, 2 Unread Notifications, and 0 Messages. Below it is a 'Recent' activity log for 2015, 2014, and Started.
- Browser Interface:** The top of the browser shows the address bar with the URL 'https://www.facebook.com/Festivaldeteatropopularycallejero?ref=ts' and various browser icons.

Se realizaron diferentes Piezas Para Redes Sociales las cuales se publicaban diariamente.



# Proceso Gráfico:

## Información Talleres

**Festival de Teatro Popular y Callejero La Máscara del Pueblo**  
 Posted by Natashe Cisneros · 10  
 Page Liked · 3 January · 46

Add a description

Tag photo Add location Edit

Like Comment Share

Napoleón Vigo Requipo likes this.

1 share

Write a comment...

People you may know See All

Lili La Flakaa Payares Add Friend

**TALLER**

**"Sonorización Escénica para el teatro de calle"**  
 Vicente Estupiñán, Gota de Mercurio (Bogotá)

*Creado a través del recurso del Foley, el taller busca desde lo sonoro la imitación, sustitución, distanciamiento, textura, ritmo y tono de instrumentos y objetos. Bajo la pauta de ¿Cómo contar historias sonoras?*

**REQUERIMIENTOS:**  
 Ropa cómoda.  
 Instrumentos melódicos o armónicos.  
 Piezas de percusión menor.

Lugar: Parque Infantil de 8 a 12 am  
 4 y 5 de Enero

**PASTO DEL 1 AL 5 DE ENERO 2015**  
 TALLERES Y PLAZAS DE LA CIUDAD

**Festival de Teatro Popular y Callejero La Máscara del Pueblo**  
 Posted by Natashe Cisneros · 10  
 Page Liked · 3 January · 46

Add a description

Tag photo Add location Edit

Like Comment Share

Napoleón Vigo Requipo likes this.

1 share

Write a comment...

People you may know See All

Lili La Flakaa Payares Add Friend

**TALLER**

**"De la Sala a la Calle" - Eduardo Espinoza Carrasco, Comediantes Itinerantes (Perú)**

*Introducción al trabajo corporal, de improvisación, musical e interpretativo del actor en espacios abiertos no convencionales o de calle.*

**REQUERIMIENTOS:**  
 (3) Pelotas para malabares.  
 Instrumento de percusión o viento.  
 Ropa cómoda.

Lugar: Parque Infantil de 8 a 12 am  
 4 y 5 de Enero

**PASTO DEL 1 AL 5 DE ENERO 2015**  
 TALLERES Y PLAZAS DE LA CIUDAD

**Festival de Teatro Popular y Callejero La Máscara del Pueblo**  
 Posted by Natashe Cisneros · 10  
 Page Liked · 3 January · 46

Add a description

Tag photo Add location Edit

Like Comment Share

Napoleón Vigo Requipo likes this.

1 share

Write a comment...

People you may know See All

Lili La Flakaa Payares Add Friend

**TALLER**

**"Espacio y Acción en el Teatro Callejero"**  
 Juan Carlos Moyano – Parque de San Andrés.

**REQUERIMIENTOS:**  
 Ropa cómoda.

4 y 5 de Enero Parque de San Andrés de 8 a 12 am

**PASTO DEL 1 AL 5 DE ENERO 2015**  
 TALLERES Y PLAZAS DE LA CIUDAD

**Festival de Teatro Popular y Callejero La Máscara del Pueblo**  
 Posted by Natashe Cisneros · 10  
 Page Liked · 3 January · 46

Add a description

Tag photo Add location Edit

Like Comment Share

Napoleón Vigo Requipo likes this.

1 share

Write a comment...

People you may know See All

Lili La Flakaa Payares Add Friend

**TALLER**

**"Cónclave del Payaso"**  
 Tropa del Eclipse (Perú)

*Lugar Laboratorio donde se desarrollará varios puntos para llegar al payaso teatral, tomando como punto de partida las técnicas de actuación, los roles de la comedia del arte, el gromelot, entre otras.*

**REQUERIMIENTOS:**  
 Ropa cómoda.

Lugar: Centro Recreacional Chapalito de 8 a 12 am 4 y 5 de Enero

**PASTO DEL 1 AL 5 DE ENERO 2015**  
 TALLERES Y PLAZAS DE LA CIUDAD

# Proceso Gráfico:

## Marcos para Fotografías





# Proceso Gráfico:

## Piezas varias para redes sociales



# Proceso Gráfico:

## Reseña de Lugares de Presentación

**II Festival de Teatro**  
**La Máscara del Pueblo**  
Tolú y Caldas

ORGANIZA: **Casa Teatro La Guagua**  
INFO: **Casa Teatro La Guagua**



**CORREGIMIENTO DE OBONUCO**

Enclavado entre la efigie volcánica del Galeras nace un pueblo andino de cultura campesina que en sus fértiles tierras germinan historias. Entre esas esta la del año de 1814 en los tiempos violentos de la independencia donde un general llamado Antonio cayó preso tras su fracaso militar ante las tropas realistas de Pasto. Trece meses permaneció cautivo aquel hombre que acepto el valor y resistencia de un pueblo que peleaba por lo que consideraba justo. Se marchó derrotado y emprendió su desolador camino, las gentes de Pasto caminaron junto a Él bajo un respetuoso silencio, sellando así un pacto entre un pueblo noble y bravío y un hidalgo guerrero que partiría hacia un largo destierro. Llegando a las tierras de Obonuco la antigua vía al sur se despidió con palabras de afecto y su silueta se fue diluyendo entre los verdes campos del volcán para nunca más volver. Mucho años más tarde en 1911 regresaría convertido en bronce para instalarse por toda la eternidad sobre la Plaza central de la ciudad.

PASTO DEL 1 AL 5 DE ENERO 2015  
PARKES Y PLAZAS DE LA CIUDAD

**II Festival de Teatro**  
**La Máscara del Pueblo**  
Tolú y Caldas

ORGANIZA: **Casa Teatro La Guagua**  
INFO: **Casa Teatro La Guagua**



**CHAPALITO SECTOR DE CHAPAL**

Sobre los verdosos pastizales que bañan la quebrada Chapal flotan historias que están perdidas en el tiempo. Como la de un amor imposible entre Alejandro y Claudina. Ellos sostenían una idílica correspondencia amorosa. Por eso Él decidió visitarla en la ciudad de Quito donde vivía con su padre Toribio, un hombre leal a las causas del Rey. Alejandro en cambio era un militar norteamericano que peleaba a favor de los Patriotas. Con el afán de ver a su amada se encamino hacia la ciudad de Pasto. Decidió pasar escondido entre la noche con su ejército por los territorios de Chapal, pero sus cartas ofensivas hacia la ciudad y el incumplimiento de su pacto de regresarse a Popayán término en una batalla inevitable que perdió y termino arrestado. La orden de su fusilamiento llego con la autorización de Toribio presidente de la real audiencia de Quito. Y así muere un amor que se camufla entre un acto heroico de uno de los prócer mártir de la independencia que lucho por su patria, pero el solo estaba enamorado.

PASTO DEL 1 AL 5 DE ENERO 2015  
PARKES Y PLAZAS DE LA CIUDAD

**II Festival de Teatro**  
**La Máscara del Pueblo**  
Tolú y Caldas

ORGANIZA: **Casa Teatro La Guagua**  
INFO: **Casa Teatro La Guagua**



**PARQUE DE SAN ANDRÉS**

Cada pedazo de piedra del histórico San Andrés abre el portal de los tiempos que se conjugan en él. Antes de la llegada de los españoles este lugar se llamaba Ingapamba que traduce "Plaza del Inca" centro ritual precolombino del pueblo Quillasinga. En 1564 un hombre llamado Gonzalo perdería su cabeza al ser señalado de traición a la corona española producto de sus ideas de emancipación. A mediados de 1867 el juego de los bolos era popular entre los habitantes de este barrio junto a la pelea de gallos que eran considerados juegos de azar y de paso ligados al consumo de bebidas alegres y fermentadas. En 1900 la navidad se celebraba con desfiles de niños danzantes junto a un Papa Noel que usaba un latiguillo para arriar a los danzantes, el oso con la vejiga golpeando el piso para abrir el paso y pólvora en un perdido festejo llamado el pase del niño de las Hermeregildas. En 1909 un británico llamado Leslie jugaría el primer partido de futbol con sus empleados y en 1920 para celebrar la Fiesta de Reyes Magos se realizaban corridas de toros. Hasta que un día llego el juego del olvido que arrasó con la tradición de esas voces de algarabía que se pagaron para siempre.

PASTO DEL 1 AL 5 DE ENERO 2015  
PARKES Y PLAZAS DE LA CIUDAD



# Proceso Gráfico:

## Piezas varias para redes sociales





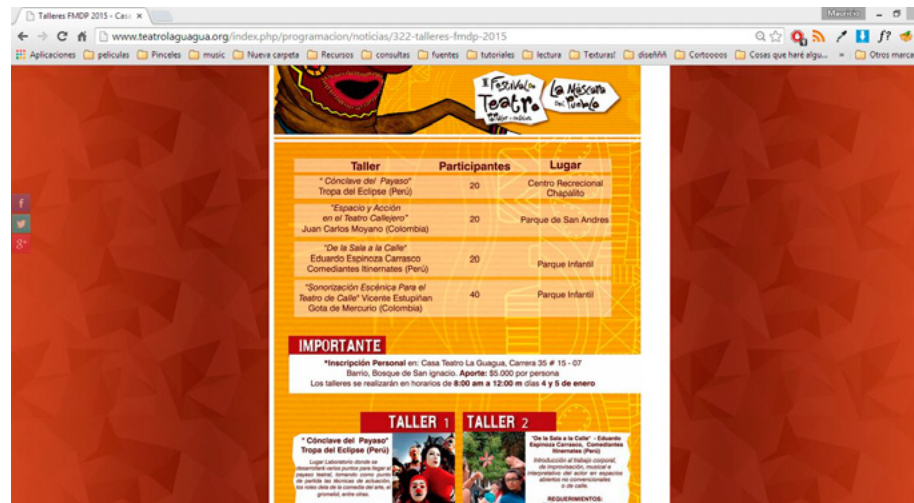
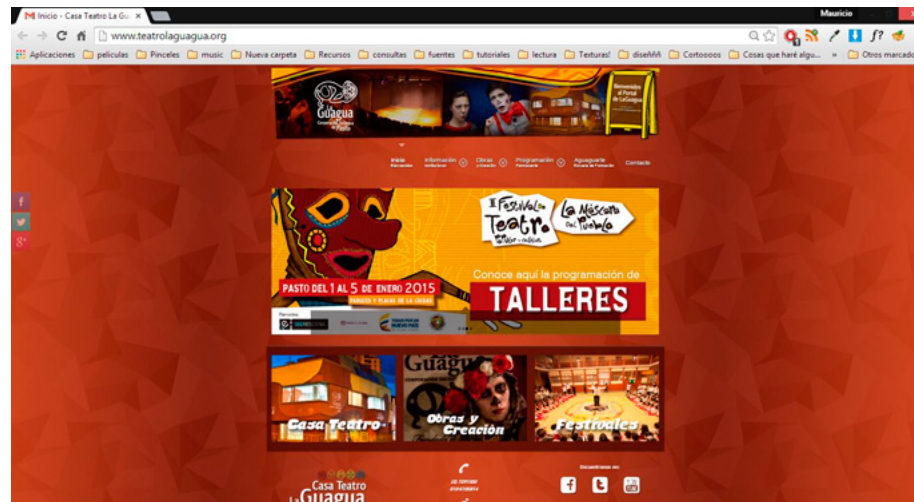
# Proceso Gráfico:

## Piezas varias para redes sociales





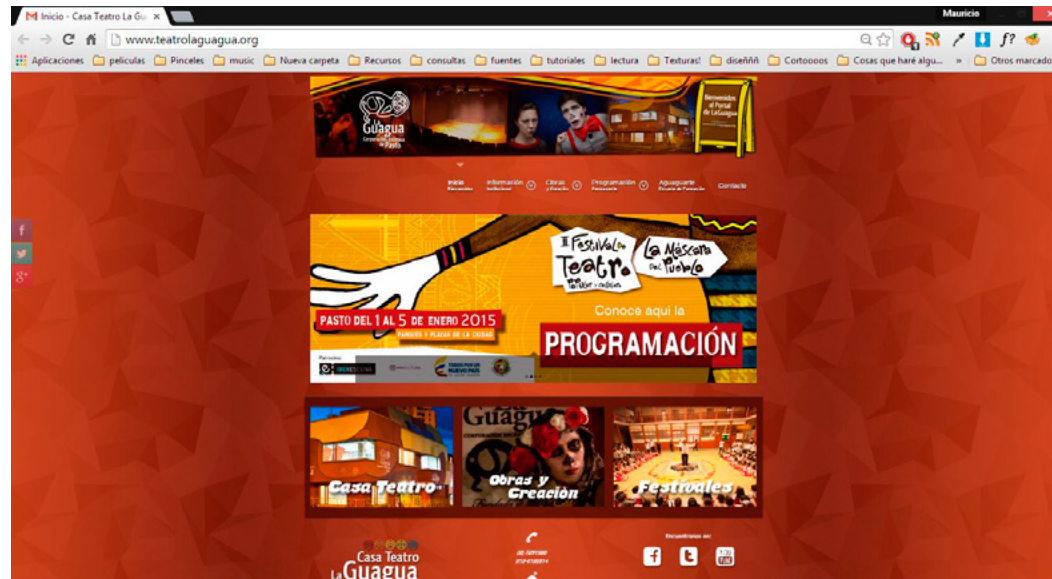
# Proceso Gráfico: Web



Se realizaron slides y Plantillas para la Página Web. [www.teatrolaguagua.org](http://www.teatrolaguagua.org) en las cuales se presenta toda la información del festival por medio de imágenes y enlaces a las redes sociales.

# Proceso Gráfico:

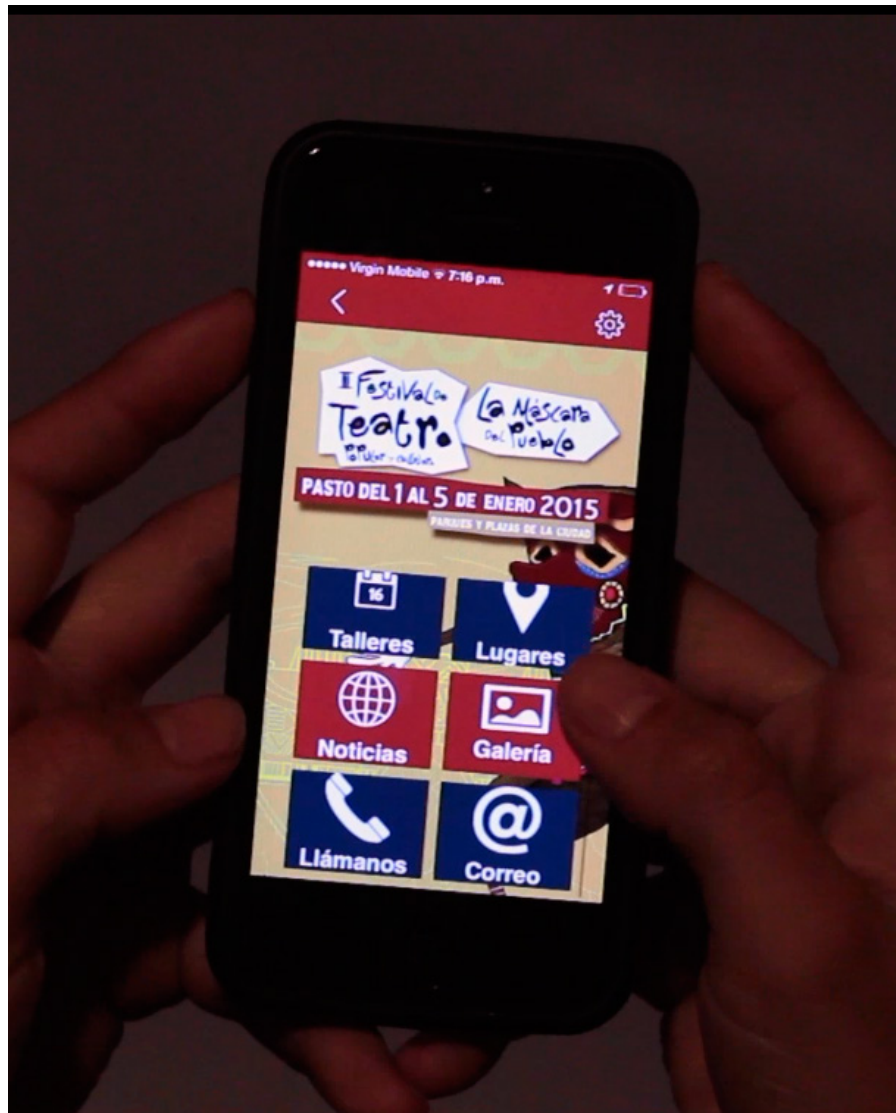
# Web



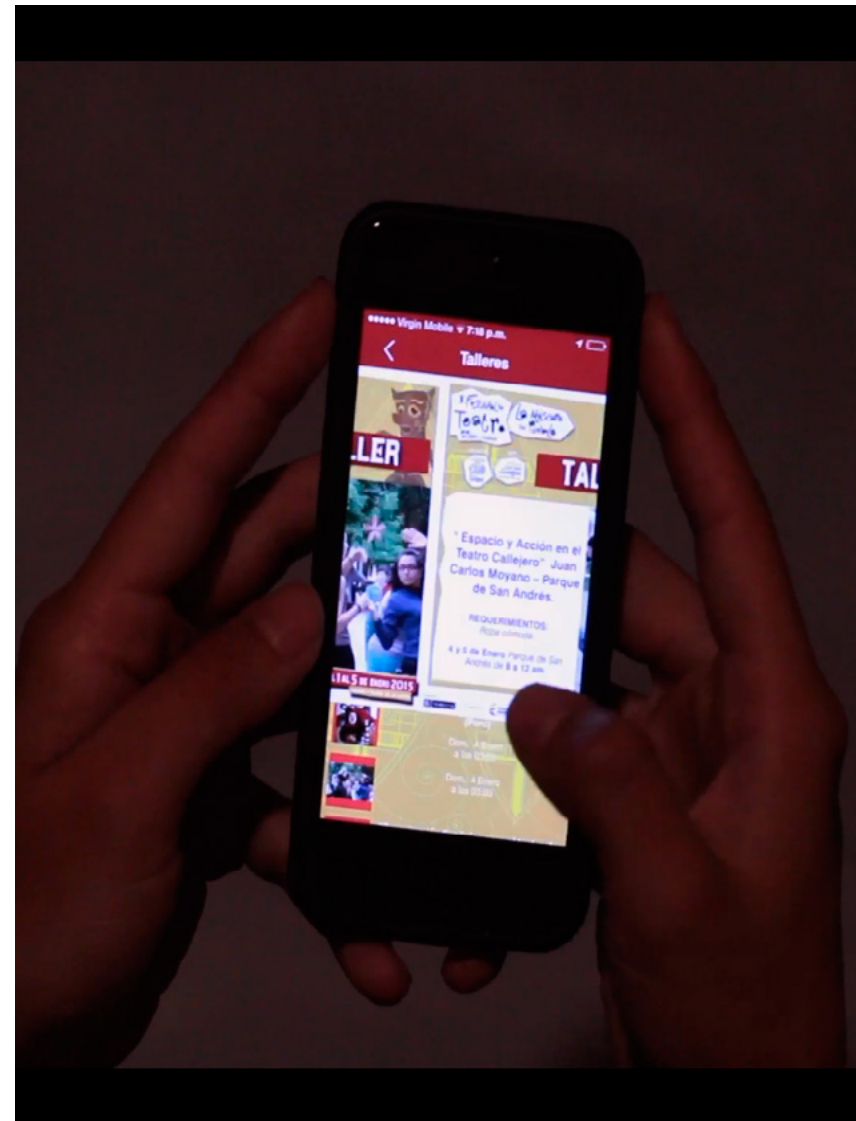


# Proceso Gráfico:

## Aplicación Móvil



# Proceso Gráfico: Aplicación Móvil





# Proceso Gráfico: Aplicación Móvil



# Proceso Gráfico: Aplicación Móvil



Enclavado entre la efigie volcánica del Galeras nace un pueblo andino de cultura campesina que en sus fértiles tierras germinan historias. Entre esas esta la del



# Proceso Gráfico:

## Animación Promocional

### Cuadro 1



Info y contac

### Cuadro 2



Info y contacto 31544

### Cuadro 3



Info y contacto 3154462354 - 729150

### Cuadro 4



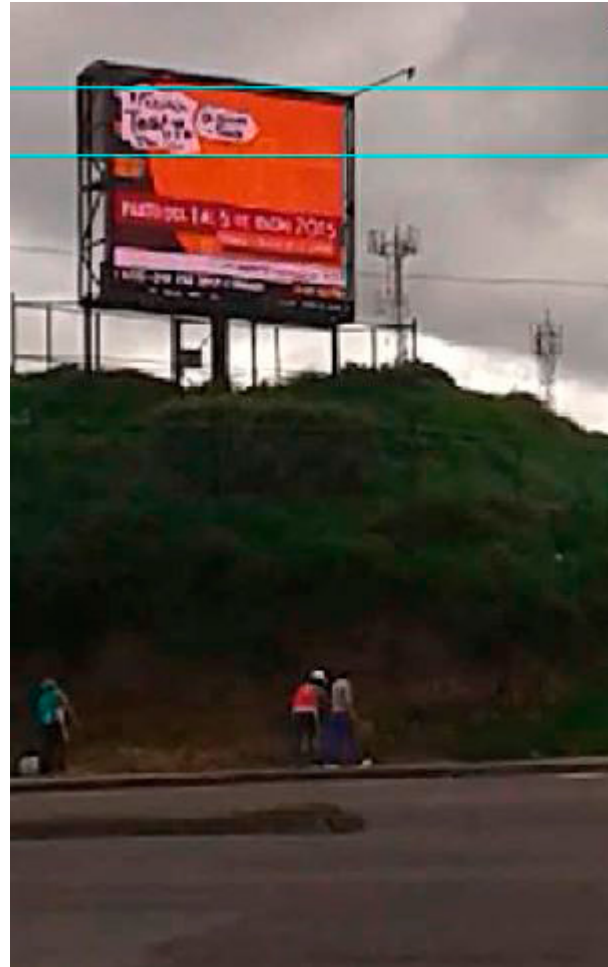
Patrocina: IBERESCENA MINCULTURA TODOS POR UN NUEVO PAIS PAT FORJAN EDUCACION

54 - 7291500 Facebook://festivaldeteatropo





# Promoción y difusión: Animación Promocional



Uso de Animación promocional en vallas led en diferentes puntos de la ciudad.

# Promoción y difusión: Artículos



The screenshot shows a web browser window with the URL [www.kioskoteatral.com/los-festivales-teatrales-comienzan-en-pasto/](http://www.kioskoteatral.com/los-festivales-teatrales-comienzan-en-pasto/). The page features a main article titled "Los festivales teatrales de 2015 comienzan en Pasto" with 315 likes. The article text describes the "Festival de Teatro popular y callejero LA MÁSCARA DEL PUEBLO 2015" held in San Juan de Pasto from January 1-5, 2015. It mentions the organizing body "La Guagua" and the festival's focus on strengthening popular and street theater expressions. A sidebar on the right lists related content: "Golpes en el sótano", "CARTELERIA FAMILIAR Pacamambo", "TALLERES Taller Intensivo de Escucha - Acción - Cuerpo - Canto / 19 enero", and "CONVOCATORIAS Convocatoria para el Festival de títeres 2015".

Los festivales teatrales de 2015 comienzan en Pasto

Del 1 al 5 de enero del año 2015 en la ciudad de San Juan de Pasto, se realizará la tercera versión del **Festival de Teatro popular y callejero LA MÁSCARA DEL PUEBLO 2015**.

Este festival organizado por la Corporación escénica de Pasto "La Guagua", es una propuesta teatral desarrollada en el marco del Carnaval de Negros y Blancos, que pretende fortalecer las expresiones teatrales callejeras y populares en el municipio de San Juan de Pasto. Sus anteriores versiones han tenido gran acogida por parte del público pastuso y extranjero, presentado agrupaciones regionales, nacionales e internacionales de gran trayectoria. Como en las anteriores versiones, el festival busca una comunicación dinámica con los habitantes de la ciudad en época de Carnaval, creando espacios alternativos que permitan fomentar una cultura inclusiva y visibilizar el Teatro de Calle como un quehacer artístico, que resalta las expresiones escénicas populares y de carácter callejero, las cuales año tras año han estado inmersas en el Carnaval de Negros y Blancos.

Por esto, se convocó a grupos de teatro callejero regionales, nacionales e internacionales que abordan temáticas de tradición oral, memoria y saberes

Golpes en el sótano

CARTELERIA FAMILIAR

CARTELERIA FAMILIAR • 57

Pacamambo

TALLERES

TALLERES • 117

Taller Intensivo de Escucha - Acción - Cuerpo - Canto / 19 enero

TALLERES • 77

Taller de apropiación orgánica del ritmo / 19 de enero

CONVOCATORIAS

CONVOCATORIAS • 83

Convocatoria para el Festival de títeres 2015

CONVOCATORIAS • 307

Becas del Ictetex para estudiar en el exterior



## Pasto comenzará el 2015 con festival de teatro callejero



Desde el primero y hasta el 5 de enero la ciudad abrirá el telón al tercer Festival de teatro popular y callejero "La Máscara del pueblo 2015".

Comparta la noticia en:

Tweet 4 Share 47 Email 0 ShoreThis 63 Me gusta 63 +1 0

Desde el primero y hasta el 5 de enero Pasto abrirá el telón al tercer Festival de teatro popular y callejero "La Máscara del pueblo 2015".

Esta es una propuesta teatral desarrollada en el marco del Carnaval de Negros y Blancos, que pretende fortalecer las expresiones teatrales callejeras y populares en el municipio de San Juan de

En Twitter @HSBnoticias

Búscanos en Facebook

HSB HSB Noticias  
Me gusta Te gusta esto.

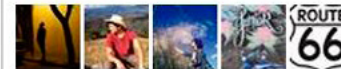
HSB HSB Noticias  
5 hrs

Usuarios de #Twitter reportaron una grave caída del servicio durante casi media hora, tanto en su versión web como para móviles.

Más información → <http://bit.ly/1ExhWX>



A ti y 15 505 personas más les gusta HSB Noticias.



Plug-in social de Facebook

Publicidad





Alcaldía de Pasto added 7 new photos.

30 December 2014 at 00:57 ·

### III FESTIVAL DE TEATRO POPULAR Y CALLEJERO 'LA MÁSCARA DEL PUEBLO'

La Dirección Administrativa de Espacio Público y la Corporación Escénica de Pasto La Guagua, realizarán el III Festival de Teatro Popular y Callejero "La Máscara del Pueblo", un proceso de cultura ciudadana que se llevará a cabo entre el 1 y el 5 de enero de 2015.

Según el director de Espacio Público Álvaro Ramos Pantoja, el evento contará con el apoyo del Fondo de Ayudas para las Artes Escénicas Iberoamericanas, IBERESCENA y el Programa Nacional de Concertación del Ministerio de Cultura, que busca impulsar procesos y actividades culturales de interés común con la colaboración de Comfamiliar Nariño.

El festival se desarrollará en la agenda programada dentro del Carnaval de Negros y Blancos versión 2015, interviniendo de 2:00 de la tarde a 7:00 de la noche, espacios céntricos y periféricos. Entre los lugares a intervenir están: Parques Infantil, San Andrés, Centro Recreacional Chapalito, Comuna 4, barrio Lorenzo de Aldana y corregimiento de Obonuco.



#### PEOPLE YOU MAY KNOW

See All



Lyzeth Sanchez

1 mutual friend

[Add Friend](#)

#### SUGGESTED PAGES

See All



INR Drawings

439 people like this.

[Like](#)



Trabajando.com.co

11,963 people like this.

[Like](#)

[English \(UK\)](#) · [Privacy](#) · [Terms](#) · [Cookies](#) · [More](#)

Facebook © 2015



## Festival de Teatro Popular y Callejero 1 al 5 de enero

Posted by narino On diciembre 24, 2014 0 Comment

Compartir [Twitter](#) 125 [Me gusta](#) [Compartir](#) 42 [G+](#) 0 [Print](#) [Email](#) [Print](#) [in](#) Share



**Festival de Teatro Popular y Callejero 1 al 5 de enero.** Serán cinco días de Festival de teatro donde el público podrá divertirse alrededor de propuestas callejeras y populares donde el sentido de lo festivo será el signo de cada una de las puestas en escena. En esta segunda versión del festival "La Máscara del Pueblo", se presentarán importantes agrupaciones que ofrecerán funciones en el marco del festival. Además por ser el Carnaval de Pasto un espacio para la confluencia de grupos de paso e itinerantes, todos los días se dejará una hora para que este tipo de grupos se presenten en una franja denominada "De Itinerancia por el Festival".

El Festival vestirá las plazas, parques y plazoletas de alegría y disfrute por el arte callejero como una expresión del pueblo, que quiere verse así mismo en las parodias, diálogos y escenas en un espacio de la calle como símbolo de lo poético, artístico y estético.

Search here..

**Narino.info**  
Like You like this.

You and 11,380 others like Narino.info.

Facebook social plugin

[Seguir a @narinoinfo](#)

[Twitter a @narinoinfo](#)

[G+](#) Seguir 11

**Narino Radio**

# Promoción y difusión: Comunicado de prensa.



## UN FESTIVAL DE TEATRO QUE SE TOMA LAS CALLES EN CARNAVAL.

La Corporación Escénica de Pasto la Guagua, realizará entre el **1 y el 5 de enero de 2015**, el III Festival de Teatro Popular y Callejero "La Máscara del Pueblo" experiencia que para esta versión contará con el apoyo del fondo de ayudas para las artes escénicas Iberoamericanas, **IBERESCENA**, y el **Programa Nacional de Concertación del Ministerio de Cultura** que busca impulsar procesos y actividades culturales de interés común. El Festival se desarrollará en el marco del **Carnaval de Negros y Blancos de San Juan de Pasto** interviniendo lugares como Parque Infantil, Parque de San Andrés, Centro Recreacional Chapalito, Corregimiento de Abonuco y Comuna 4 – Barrio Lorenzo.

Esta versión tendrá la participación de agrupaciones teatrales internacionales de los países de **Ecuador, Perú, Bolivia, y Brasil**, agrupaciones nacionales de **Bogotá, Medellín, y Tunja** y la **mejor cuota local**; Festival que irá acompañado de un componente académico que contempla la realización de talleres de música y teatro callejero dirigidos a toda la comunidad.

De esta manera, les compartimos y participamos de este gran Festival en donde esperamos que la familia, niños, niñas, jóvenes y adultos asistan a esta alternativa cultural en el Carnaval.

Atentamente.

Comité Organizador  
**Festival de Teatro Popular y Callejero  
"La Máscara del Pueblo"**

El Comunicado de prensa resumido se distribuyó a diferentes periodistas y medios de comunicación por correspondencia y correo electrónico, cuyo objetivo fue informar oficialmente sobre el encuentro.

"LA CALLE... UNA SORPRESA EN ESCENA"

Patrocina:



Festival de teatro popular y callejero  
@laguagupasto  
[www.teatrolaguagua.org](http://www.teatrolaguagua.org)



Carrera 35 N° 15 - 07 esquina BIEJ banco de San Ignacio  
albufo@laguagua12@gmail.com - Tel: 7291509  
Pasto, Narino, Colombia

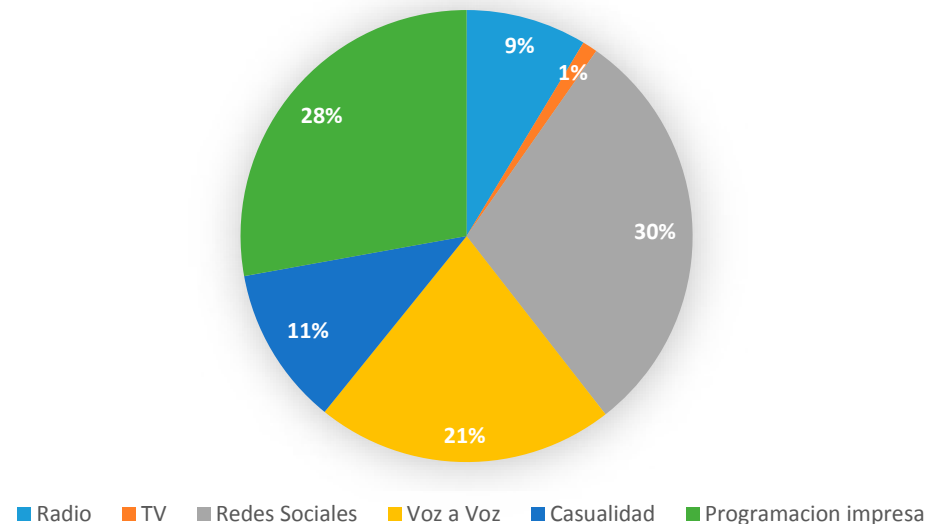




# Resultados:

Los dispositivos usados para la promoción y difusión fueron efectivos, su papel fue el esperado, informado sobre una actividad que se realizaría en época de carnavales. Su alcance es interesante de analizar ya que se logró cubrir variedad de medios de comunicación como lo presenta la siguiente gráfica aplicada a un grupo representativo de personas asistentes al Festival:

## Cómo se enteró del Festival de Teatro



Desde esta perspectiva se pudo entender el ejercicio de la comunicación desde diferentes puntos que muchas veces parecieron alejados a la ejecución de las habilidades adquiridas en la academia por parte del Diseñador Gráfico, pero que finalmente hacen parte de un conjunto que es la comunicación. La experiencia se resume en la ejecución de diferentes roles del Diseñador Gráfico en la ejecución del proyecto destacando entre ellas la labor de Community Manager, planificación de medios, Gestión de redes sociales, visita a radio, Tv y prensa, creación de comunicados y Diseño Gráfico.



Por su parte la Corporación Escénica La Guagua, manifestó su satisfacción en cuanto al trabajo realizado comprendiendo que el Festival y el proceso comunicativo realizado constituye una fase del mismo que continuamente se renueva y busca nuevos horizontes para su ejecución.

El Festival hoy en día se proyecta como un espacio que no quiere ser una actividad alternativa al Carnaval si no por el contrario, establecerse como parte de él. Para esto se siguen adelantando gestiones que desde la comunicación permitan la identificación y propendan el reconocimiento ante las entidades que ven en él un espacio para generar reconocimiento del oficio teatral en la ciudad de Pasto.



# Conclusiones:

- Analizar el papel del diseñador como comunicador tanto en el desarrollo técnico de su ejercicio con las imágenes como también su papel de agente que propicia el ejercicio comunicativo en un evento, supone un reto que va más allá del desarrollo de las piezas gráficas, lo cual hace a un profesional más competitivo ya que el ejercicio de su oficio se amplía, brindando a quien requiera de sus servicios mayor visión en cuanto a la difusión y promoción de eventos.

- La comunicación además de ser una actividad necesaria para la difusión de eventos aporta a la sostenibilidad del mismo.

- El desarrollo de herramientas de comunicación para eventos, supone un amplio conocimiento en el aspecto comunicacional y la manera en como éstas se comportarán entre sí, configurándose como un proceso de gran magnitud el cual se convierte en un reto de creatividad y destreza en diferentes temas además de los concernientes al Diseño Gráfico donde se destaca la necesidad de un dominio del evento que se va a promocionar. Se vivió por varios meses la experiencia de conocer el teatro callejero, así como todas sus dinámicas que son diferentes a las del teatro de sala.

- La tarea de testeo y el mismo ejercicio de documentar el proceso creativo y comunicacional de eventos como éste generan una visión amplia de los ejercicios realizados ofreciendo una perspectiva global y detallada de la ejecución y mejoramiento del ejercicio creativo.

- La labor de Co-creación desde la visión del Design Thinking, desde el inicio del proyecto, fue una herramienta de primera mano y muy favorable; por medio de la cual se desarrollan todas las acciones, destacando de la experiencia la participación de diferentes disciplinas en torno a un desafío de Diseño, haciendo de este un proyecto viable y funcional.

- El ejercicio en el ámbito real del diseño gráfico es una experiencia que permite entender las dinámicas desde una perspectiva profesional donde nos enfrentamos a situaciones reales en cuanto a producción de piezas, tiempos limitados, acciones inmediatas, disponibilidad y entrega a la profesión, enriqueciendo las experiencias que preparan al estudiante para enfrentarse al campo laboral.

- El festival de teatro se llevó a cabo durante 5 días. En el período previo al festival y durante el mismo se testearon las piezas gráficas, encontrando que podemos hacer mejoras en la presentación, composición y difusión. El festival contó con la asistencia de cerca de 10.000 personas entre las cuales se destaca el público familiar. Para futuras versiones se buscará mejorar en los procesos de difusión, generando alternativas que desde la visión del diseño gráfico enriquezcan procesos de posicionamiento de eventos culturales.



# Bibliografía:

- Berlo, David K. (1984). *El Proceso de la comunicación: introducción a la teoría y a la práctica*. Buenos Aires: El Ateneo.
- Cánepa Koch, Gisela. (1998). *Máscara, transformación e identidad en los Andes. La fiesta de la Virgen del Carmen, Paucartambo, Cuzco*. Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Carnaval de Negros y Blancos de Pasto. Adaptado de: <http://www.turismopasto.com/carnavales-de-pasto.html>
- Cocimano, Gabriel Darío. (2001). El sentido mítico y la metamorfosis de lo cotidiano en el Carnaval. *Revista Gazeta de Antropología* No 17, artículo 28. Freud citado en ítem El Carnaval. Disponible en: <http://www.gazeta-antropologia.es/?p=3318#15>.
- D. Lechuga, Ruth. (2006). *Detrás de la máscara: máscaras de México*. México: Rebeca Orozco-Tecolote.
- Dauder, Jordi. (2001). *La máscara en el teatro*. (2001). [Video]. Programa "D teatro". España. Disponible en aula visual: <http://www.educarchile.cl/ech/pro/app/detalle?ID=138903>
- Eco, Humberto, V.V., Ivanov y Rector, Mónica. *¡Carnaval! México*: FCE.
- Estupiñán, Edison. (2015). Comunicación personal, 4 de enero de 2015.
- López Forero, Luis. (1986). *Introducción a los medios de comunicación*. Bogotá: Universidad Santo Tomás, CED.
- Freud, Sigmund. (1998). *Tótem y Tabú*. Madrid: Alianza.
- García Canclini, Néstor. (1985). *Las culturas populares en el capitalismo*. México: Nueva Imagen.
- Gramsci, Antonio. (1975). *Quaderni del carcere*. Torino: Einaudi.
- Geertz, Clifford. (2003). *La interpretación de las culturas*. Disponible en: [http://archive.org/stream/GeertzClifford-LaInterpretacinDeLasCulturas/GeertzCliffordLaInterpretacinDeLasCulturas\\_djvu.txt](http://archive.org/stream/GeertzClifford-LaInterpretacinDeLasCulturas/GeertzCliffordLaInterpretacinDeLasCulturas_djvu.txt)
- Gispert, Fernando. (1999). *Gran Enciclopedia Interactiva Siglo XXI*. España: Océano.
- González Cajiao, Fernando. (1997). *Teatro popular y callejero colombiano*. Bogotá: Cooperativa Editorial Magisterio.

- Imery, Eddy. (2014). La marca, la publicidad y el branding. Disponible en: [http:// foroalfa.org/articulos/l-marca-la-publicidad-y-el-branding](http://foroalfa.org/articulos/l-marca-la-publicidad-y-el-branding)
- Lizardi Castro, Ana Gabriela. (2010). El teatro callejero: un recurso pedagógico para fomentar la socialización en el adolescente. Tesis de Licenciatura en Pedagogía. México: UPN.  
Disponible en: <http://200.23.113.59/pdf/27578.pdf>
- López Ramos, Belkis Milagros. (2010). Las Verbenas en las Tunas. Su papel en la formación de la memoria histórica de la región en el siglo XX. Tesis para optar al título de Máster en Desarrollo cultural comunitario, mención en estudios culturales. Gramsci citado en pág. 28.  
Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1327/1327.pdf>
- Macías Rodríguez, Claudia. (2008). La fiesta: preservación de la cultura popular en América Latina. Ponencia. Eco y Rector, citados en p. 1.  
Disponible en: <http://sincronia.cucsh.udg.mx/maciassummer08.pdf>
- Martínez Lorca, Andrés. (2008). El problema de los intelectuales y el concepto de cultura en Gramsci. Málaga: Universidad de Málaga. PDF soporte digital.
- Muñoz Cordero, Lydia Inés. (1991). Cartilla infantil Ilustrada Historias del Carnaval Andino de Blancos y Negros de Pasto. Quito: IADAP.
- Ocampo López, Javier. (1995). Las fiestas y el folclor en Colombia. Bogotá: El Áncora.
- Pasquali, Antonio. (1978). Comprender la comunicación. Caracas: Monte Ávila Editores.
- Paz, Octavio. (1959). El Laberinto de la soledad. México: FCE.
- Referentes en Social Media. (2014). 22 especialistas nos dan sus mejores consejos para un Community Manager. Disponible en: <http://aulacm.com/referentes-social-media/>
- Roiz, Miguel. (1982), "Fiesta, comunicación y significado" en Tiempo de Fiesta. Ensayos antropológicos sobre las fiestas en España. Madrid: Honorio Velasco (ed.), Tres-catorce-diecisiete, pp. 95-150.
- Semán, Pablo. (2012). Primera Mesa Seminario Internacional "Sensibilidad de Frontera: Comunicación y Voces Populares", Departamento Académico de comunicaciones, Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación, PUCP, mesa celebrada el 16 de noviembre de 2012, Lima: Perú. [Video]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=bjashBlxeng>
- Shedroff, Nathan. (1994). Information Interaction Design: A Unified Field Theory of Design. Disponible en <http://www.nathan.com/thoughts/unified/>
- Wikipedia. Disponible en: [http://es.wikipedia.org/wiki/Teatro\\_invisible](http://es.wikipedia.org/wiki/Teatro_invisible)



# Créditos:

## Fotografía:

Bayron Jojoa.  
Johana Lasso.  
Catalina Mora.  
Mauricio Fajardo.

## Música:

Adrián Álvares.

## Equipo de Grabación:

Pixel estudio.

## Edicion Video Documental:

Johana Nazate.  
Mauricio Fajardo.

## Equipo Opreativo y Logistico:

Corporación Escénica de Pasto La Guagua

## Financiación:



## Apoyo:





Universidad de **Nariño**

