

AO

2022-2023

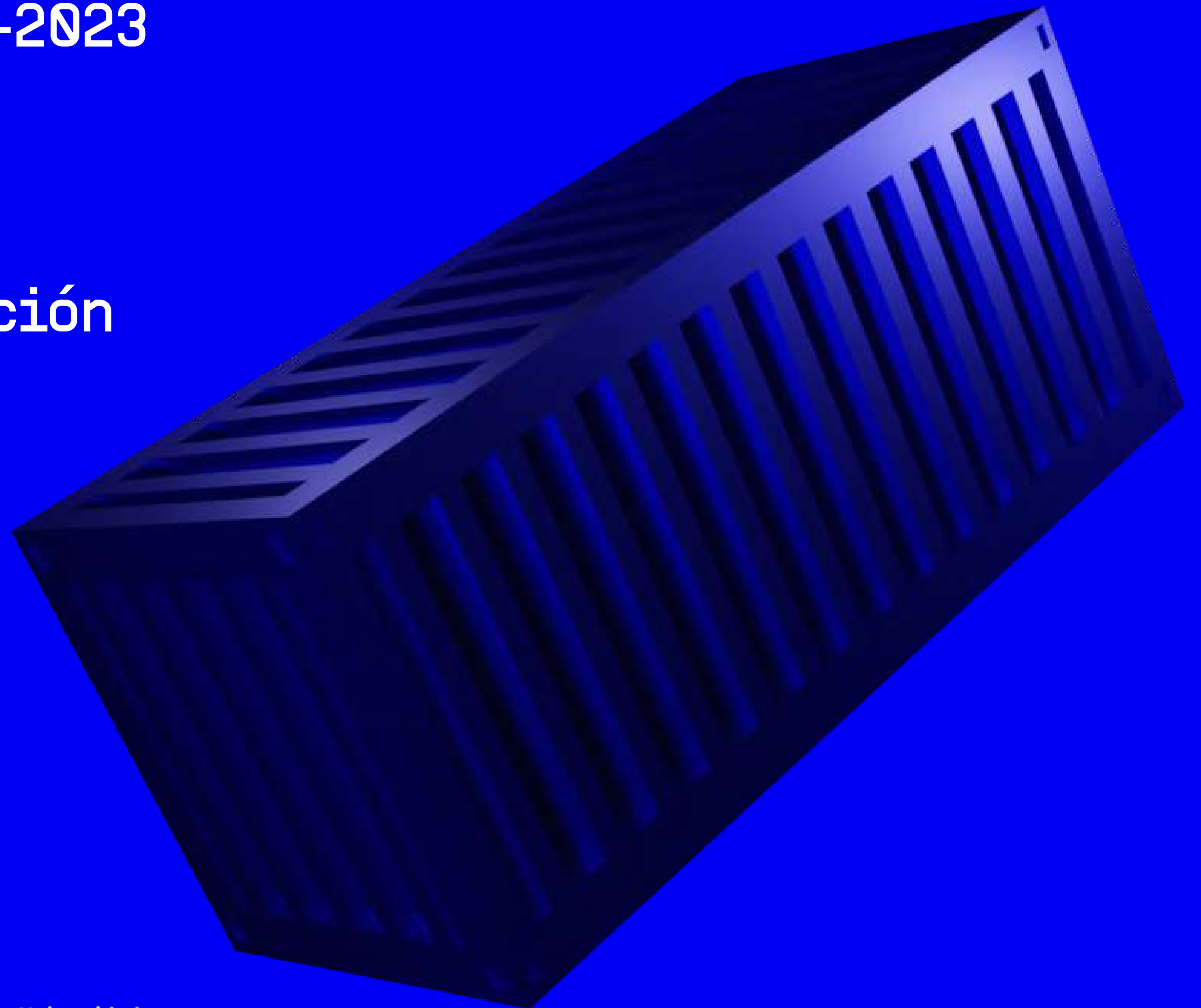
Proyecto de ideación y creación de un festival artístico multidisciplinar

Trabajo Final de Grado
Memoria del proyecto

Alumna:
Ruth Esther Peña Eguizábal

Tutor académico:
Israel Pérez López

 **Universidad**
de La Laguna



A0.
Trabajo Final de Grado

Alumna:
Ruth Esther Peña Eguizábal

Tutor académico:
Israel Pérez López

Grado en Diseño 2019-2023.
Facultad de Bellas Artes. Universidad de La Laguna.

Reservados todos los derechos. No se permite la reproducción total o parcial de esta obra, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión por cualquier forma o cualquier medio sin autorización previa y por escrito de los titulares del copyright.

Agradecimientos:

A los que me han visto prosperar y crecer, a los que me han brindado su ayuda y a los que me han apoyado incondicionalmente desde principio a fin.

A mi tutor Isra, quien ha confiado en este proyecto desde sus inicios y ha supuesto un pilar fundamental para el desarrollo del mismo.

A mi familia, amigos y allegados, por formar parte de mi crecimiento.

A mis padres, quienes me enseñaron a soñar y ahora me observan volar.

Gracias.

El arte y la arquitectura de lo efímero
cuestionan lo perdurable del recuerdo

Resumen

A través de un festival cultural donde se antepone lo fugaz a lo permanente y se ambiciona crear una experiencia memorable dentro de una construcción momentánea, nace A0. Un proyecto que pretende incentivar la curiosidad y el interés por la cultura, tanto del arte, la música, el teatro y la danza, en Canarias. Fusionando los ámbitos del diseño y de la arquitectura, se ideará un espacio por medio de contenedores marítimos que albergará durante una semana este festival cultural. El contenedor acoge, a la vez que es, el espectáculo. Gracias a sus diversas características como su propiedad modular, su rapidez de ensamblaje y su resistencia, permite la creación de espacios que pueden ser habilitados para diversas funciones.

El oxímoron entre lo efímero y lo perdurable que se plantea pretende resolver la cuestión de que aquello que es capaz de desaparecer, es también capaz de permanecer, en este caso, no de forma física pero sí mental. Para ello, no solo habrá que diseñar el espacio donde se realizará dicho festival sino también la propia programación del mismo para que sea lo suficientemente atrayente para todo tipo de públicos.

Con estos ideales, surge A0 que explicaremos a continuación su proceso de creación.

Palabras claves:

Diseño, arte, arquitectura, arquitectura efímera, festival cultural, identidad corporativa y diseño 3D.

Abstract

Through a cultural festival where it becomes a priority the fleeting before the permanent and its ambition is to create a memorable experience within a momentary construction, A0 was born. A project that aims to encourage curiosity and interest in culture, both art, music, theater and dance, in the Canary Islands. Merging the fields of design and architecture, a space will be devised by means of maritime containers that will house this cultural festival for a week. The container hosts, at the same time that it is, the spectacle. Thanks to its different characteristics such as its modular quality, its speed of assembling and its resistance, it allows the creation of spaces that can be enabled for various functions.

The oxymoron between the ephemeral and the enduring that is proposed aims to resolve the question that what is capable of disappearing is also capable of remaining, in this case, not physically but mentally. To do this, not only will the space where the festival will take place have to be designed, but also the programming itself so that it is sufficiently attractive for all types of audiences.

With these ideals, A0 arises, which we will explain below its creation process.

Keywords:

Design, art, architecture, ephemeral architecture, cultural festival, visual identity and 3D design.

Contenidos

Metodología 7

Cronograma 8

Objetivos 9

A1. Fase de investigación 10

A1.1. Arquitectura efímera 11

A1.2. El contenedor 14

Arquitectura con contenedores
El contenedor marítimo. Sus comienzos
Aspectos técnicos del contenedor
Características del contenedor
Aplicaciones y estudio de casos

A1.3. Exposiciones universales 29

Contexto histórico
La obsolescencia de las exposiciones universales



A1.4. Festivales culturales 35

Introducción
Festival cultural. Concepto
Factores que determinan un festival
¿Cómo se organiza un festival?
El proyecto artístico de un festival
La estrategia de imagen y comunicación
Estudio de casos



A1.5. Análisis de referentes 52

Introducción
Festivales o ferias de arte
Festivales de música
Festivales de danza
Festivales de teatro
Síntesis del análisis

Conclusiones de la fase de investigación

A2. Fase de desarrollo 70

A2.1. Fase de ideación de la identidad visual 71

Conceptualización
Color
Tipografía
Primeras propuestas

A2.2. Identidad visual 80

Justificación de la identidad visual
Detrás del significado de A0
Color
Tipografía

A2.3. Sistema de señalización 88

Iconografía
Señales verticales
Paneles informativos

A2.4. Diseño del espacio 96

Introducción
Proceso de creación

A2.5. Material informativo y promocional 110

Cartelería
Ticket de acceso a la galería
Folleto de la galería
Página web

Conclusiones de la fase de desarrollo 126



Bibliografía 127

Anexo 133

Metodología

A1

Fase de planificación

En esta primera etapa se comienza analizando las diferentes primeras propuestas y la factibilidad de las mismas así como las posibles pautas y objetivos a llevar a cabo. Con ello, se destaca las propuestas de proyectos más idóneas que podrán ser desarrolladas en las próximas fases.

A2

Fase de investigación

Por medio de una exhausta investigación, se logra recabar información de interés y, en consecuencia, de gran utilidad para las cuestiones tanto teóricas como prácticas que conciernen a este trabajo. Gracias a una amplia consulta bibliográfica en la que se incluyen libros, artículos, trabajos finales de grado y máster, entre otros, se consigue discernir los datos principales que encauzarán las dos siguientes fases y, por ende, el proyecto.

Esta etapa se divide en dos bloques distintivos que se corresponden a los dos ejes que fundamentan este proyecto: la arquitectura y el festival. Partiendo de estos dos conceptos, se investigó sobre ambos para la correcta ideación del trabajo y su respectivo desarrollo.

A3

Fase de ideación

Focalizada en la elaboración de propuestas a partir de los conocimientos teóricos obtenidos en la fase precedente, se desarrolla una identidad visual que sintetiza y expresa todos los valores y conceptos que se pretenden transmitir además de los primeros bocetos para el posible espacio en 3D a realizar. En esta fase se generan diferentes lluvias ideas para el naming, la línea visual de la marca y otros conceptos a considerar para su posterior desarrollo.

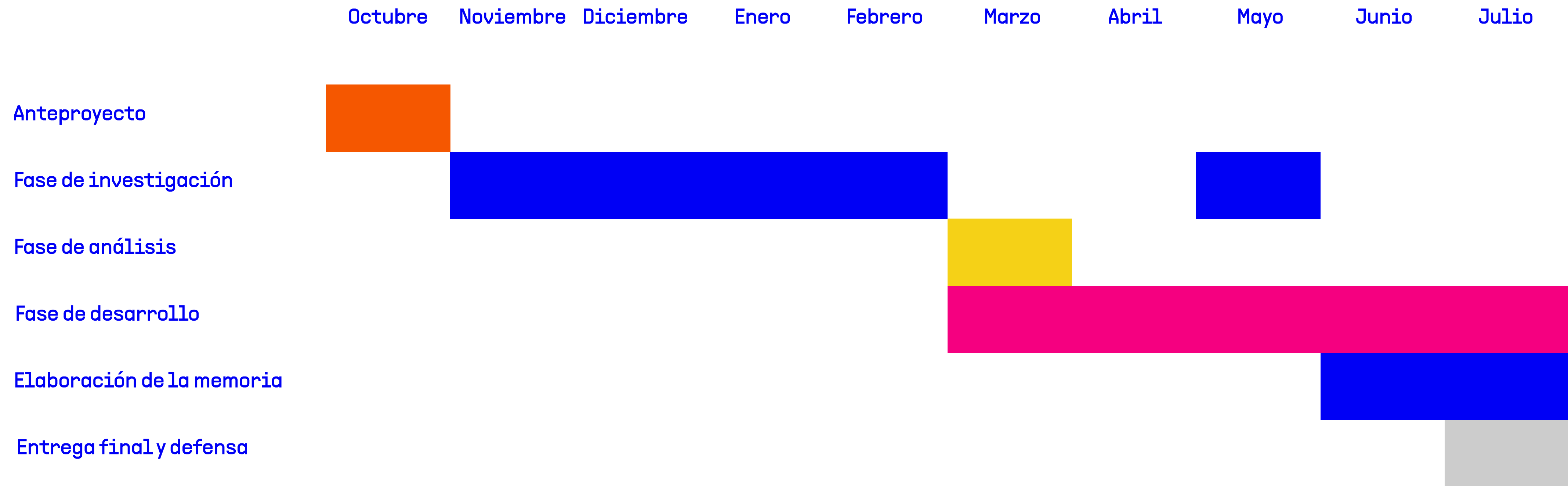
A4

Fase de desarrollo

En esta última fase del proyecto, se da comienzo al diseño y desarrollo de la identidad visual, la cartelería, la señalización, el diseño en 3D y la página web, entre otros.

Para el correcto desarrollo de este proyecto, se ha utilizado una metodología de trabajo dividida en cuatro partes bien diferenciadas que están en concordancia con el modelo del *Doble diamante* desarrollado por el British Council. Las fases en cuestión son las siguientes:

Cronograma



Objetivos

Generales

- Promover la curiosidad y el interés por la cultura en Canarias
- Dar a conocer artistas de las islas
- Crear un festival a través de la arquitectura efímera
- Diseñar la estructura con contenedores y sus diversas salas funcionales para el festival
- Creación de una marca para un festival cultural

Específicos

- Crear un espacio funcional y bien habilitado para albergar las diversas actividades del festival
- Estudiar cómo crear un espacio con contenedores de fácil ensamblaje y transporte
- Elegir los posibles espacios públicos dónde podría situarse el festival
- Crear e idear las actividades, espectáculos, talleres y charlas que tendrá dicho festival
- Diseñar una posible programación y calendario en concordancia a los puntos previamente expuestos

A1

Fase de investigación

A1.1

Arquitectura efímera

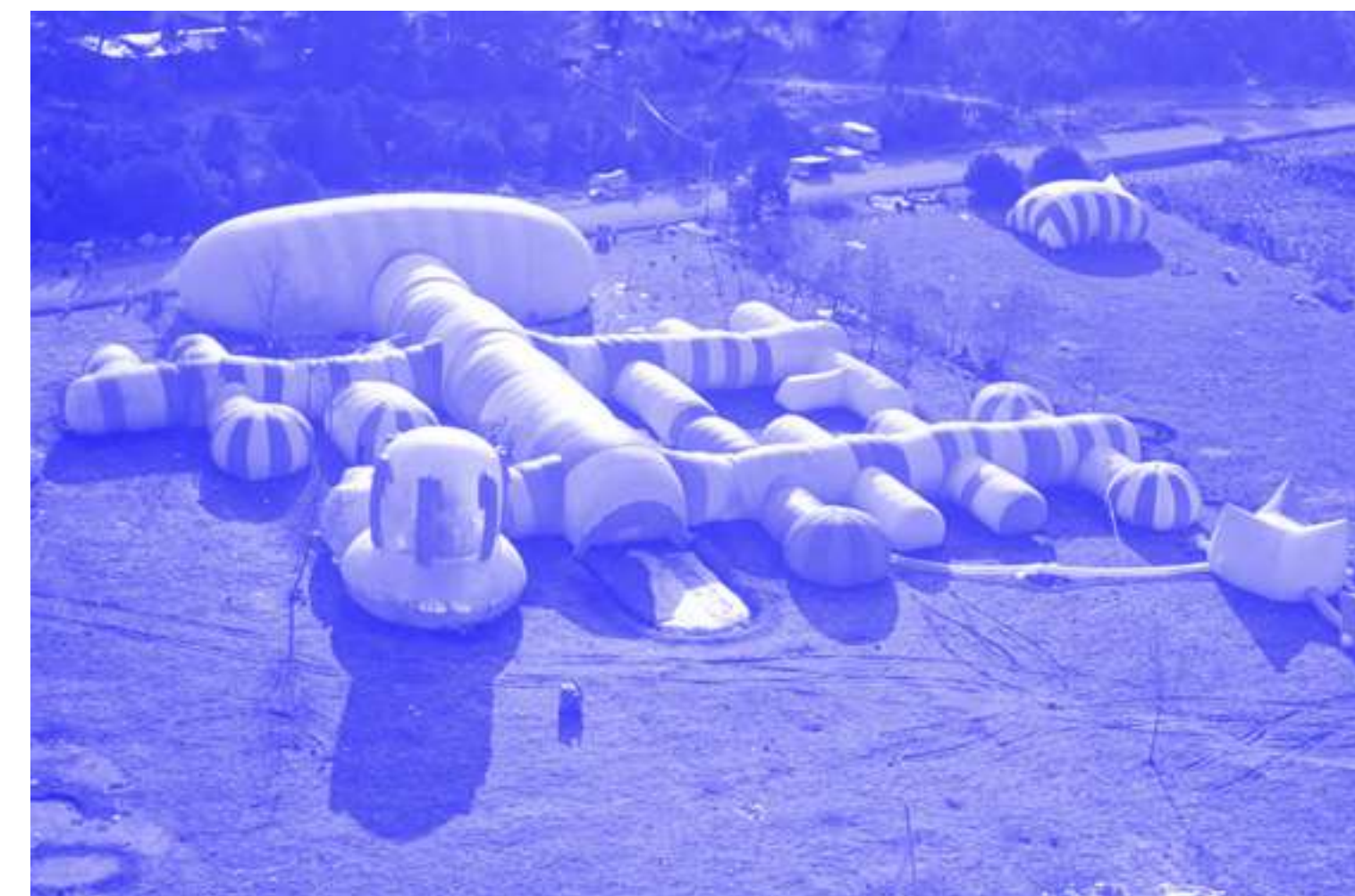
Es innegable que la sociedad transita por un proceso de transformación continua y, con ello, las propias necesidades del ser humano. A su vez que el ciudadano cambia, también lo hace la propia ciudad y su entorno. Ante esa transformación, surgen respuestas, algunas de ellas, por medio de la arquitectura. A través de ella, arquitectos y expertos cuestionan y reflexionan sobre el futuro de la misma en un contexto de metamorfosis social.

El nomadismo recurrente de estos últimos años ha propiciado que las necesidades constructivas pasen de ser de larga duración a lo conocido como “efímero”, dando lugar a lo que llamamos “arquitectura efímera”. Nuevas técnicas de construcción y nuevos ideales dentro de la arquitectura permiten que lo perdurable pase a un segundo plano y sea lo fugaz lo que prevalezca. Ante este principio, arte y arquitectura parecen disolver fronteras e interconectarse entre ellas para crear espacios que aparezcan y desaparezcan con rapidez. Este concepto de momentaneidad supone, dentro del arte, una vía de expresión que manifiesta las propias percepciones del artista que tiene del mundo. Por ello, estas dos expresiones creativas se juntan para intentar dar respuesta, a la vez que exhibir, el cambio de la sociedad y sus consecuencias, entre ellas, las propias dinámicas e ideales de estas.

Este cambio social se denota durante los años 60 cuando algunos arquitectos comienzan a experimentar en este ámbito haciéndose eco de las propias necesidades del nuevo ciudadano. En este mismo marco histórico, también vuelve a resurgir el

concepto de utopía. El imaginario de un posible mundo nuevo se hacía cada vez más presente y así lo manifestaron los artistas por medio de la arquitectura. Romper con lo tradicional y lo establecido era el principal objetivo de aquellos que se adentraban en lo efímero. A través de materiales como el plástico, se lograba exponer dicha ruptura y poner en manifiesto la antítesis existente con la arquitectura brutalista de la década.

Ante este ideal surgen grupos de artistas y arquitectos que investigan y proponen nuevos e innovadores proyectos. Entre ellos cabe destacar el trabajo del grupo avant-garde estadounidense, *Ant Farm*, que por medio de su libro auto-publicado bautizado como *InflatoCookBook* realiza un recorrido gráfico a través del análisis y experimentación de estructuras hinchables. El manual de lo inflable presentaba propuestas de estilo nómada y comunal de vida por medio de materiales de bajo costo y de fácil manejo como era el polietileno. Continuando con proyectos de arquitectura hinchable, el arquitecto español José Miguel de Prada Poole construyó en el año 1971 en la cala de Sant Miquel en Ibiza su memorable *Instant City*, o *Ciudad Instantánea*. Respondiendo a las ideas utópicas del momento en una España franquista, se creó la primera ciudad neumática del mundo. Junto a un grupo de jóvenes arquitectos y bajo la supervisión de Prada Poole, se diseñó el espacio a construir con sus áreas de circulación y sus espacios comunes. Por medio de materiales como el cloruro de polivinilo, el derivado de plástico más versátil, usado en diversos colores, alrededor de un millón de grapas y fuentes de ventilación, se alzó en menos de dos semanas esta ciudad de plástico.



Instant City (2019). Architectours

Loud Shadows. (2017). Plastique Fantastique.

La arquitectura hinchable, como ramificación de la efímera, ha tomado diferentes formas en estos últimos años. Proyectos más actuales como los realizados por el grupo artístico alemán Plastique Fantastique quienes afirman que “es el aire que hace lo inflable, no el plástico” (Plastique Fantastique, 1999); las también creaciones del estudio catalán Penique Productions y, como otro gran ejemplo, el pabellón *Ark Nova*, concebido gracias a la colaboración entre el arquitecto Arata Isozaki ¹ y el escultor Anish Kapoor ². Este último fue diseñado como una sala de conciertos hinchable, que viajaría por distintas regiones de Japón tras los terremotos y tsunamis ocurridos en el país con el fin de apoyar a la población afectada.

La arquitectura hinchable es propia de la efímera donde ambas se afanan en la búsqueda de un objetivo particular. Ese principal propósito es alterar el espacio público como vía para transformar la mirada y percepción de la gente de un lugar. Como consecuencia, también se pone en manifiesto el concepto de perdurabilidad, priorizando la idea de que lo perdurable es el recuerdo. Por ello, el proceso constructivo y los materiales utilizados es determinante, exponiendo la intención de crear espacios eternos en la memoria pero no en lo físico. Estos diferentes objetivos constituyen la esencia de la arquitectura efímera.

¹ Arquitecto japonés conocido internacionalmente por su enfoque innovador de influencias occidentales y orientales que incorporan conceptos modernistas y postmodernistas.

² Destacado escultor y artista contemporáneo británico de origen indio cuyas obras exploran el uso de diferentes materiales como concreto, fibra de vidrio e incluso acero inoxidable.

A1.2

El contenedor

Arquitectura con contenedores

Es cada vez más usual la realización de proyectos de arquitectura que sean hechos en parte o en su totalidad con contenedores marítimos. Además con la creciente preocupación global por la sostenibilidad ante un panorama de crisis medioambiental, estas estructuras modulares parecen responder a las necesidades ecológicas.

Gracias a sus diversas características, los contenedores marítimos, utilizados en el transporte de mercancías, están siendo cada día más utilizados para diferentes motivos, entre ellos, construcciones temporales, edificios públicos, casas familiares, arquitectura de eventos y mucho más. La alta calidad que proporciona en estos proyectos confirma que no es tanto con qué se construye sino cómo. Además de ello, logra paliar con las inquietudes medioambientales en un marco de crisis climática donde la reutilización y la sostenibilidad son prioritarios. Con ello, se intenta dejar atrás la economía lineal de la mayoría de productos de la actualidad, atendiendo y estudiando a una circular donde el fin de esta caja de metal no sea en desuso en un puerto marítimo.

Justamente por el ínfimo valor monetario que supone para las empresas encargadas del transporte marítimo un único contenedor, abandonarlo en puerto cuando presenta pequeños desperfectos no perjudica a su economía. Sin embargo, el impacto ecológico sí se ve afectado. Por ello, recientemente se está buscando la vía para darle una nueva vida a estos grandes contenedores. Para este fin, se pretende atender a los principios de la economía circular, previamente nombrada. El “*tomar, hacer y tirar*” de

la lineal supone cada vez más un riesgo, por este motivo, el ciclo de desarrollo continuo donde se optimiza los rendimientos y uso de los recursos además de un estudio exhaustivo sobre la renovabilidad de estos, luce una opción más atractiva.

Diferentes arquitectos y estudios de arquitectura están sumergiéndose en llamativas propuestas con el container como protagonista. Este recipiente de carga brinda un gran juego donde las posibilidades espaciales y de montaje son ilimitadas, poniendo a prueba los límites formales y técnicos del material que lo conforma. A partir de ello, se apuesta por una nueva filosofía: reciclar, reutilizar y rediseñar, que se mantiene en sintonía con aquello que se espera de la *nueva arquitectura* y su respectivo futuro.

El contenedor marítimo. Sus comienzos

Desde su nacimiento, a mitades del siglo pasado, el contenedor ha supuesto un cambio a nivel mundial gracias a su propiedad modular, rapidez y seguridad en el transporte de mercancías marítimas. Según palabras y propias investigaciones de Jaime Rodrigo de Larrucea, graduado en Derecho e Ingeniería Náutica y autor del libro *Manual del transporte en contenedor*, asegura que “el contenedor es una de las grandes creaciones del hombre y ha transformado nuestra realidad contemporánea” (Rodrigo de Larrucea, 2018).

La creación de esta caja de metal se le atribuye a Malcolm McLean quien, en un contexto de posguerra mundial, desarrolló la idea de facilitar la carga y descarga de mercancía así como su respectivo transporte. McLean, empresario estadounidense de Carolina del Norte, ideó la manera de agilizar estas operaciones, con la intención de colocar en el buque un contenedor que ya tendría la carga dentro evitando la tediosa tarea de hacerlo gradualmente.

Fue en abril de 1956 cuando un buque cargado con cincuenta y ocho cajas metálicas de aluminio se dirigió desde Nueva Jersey a Houston, EEUU, donde se repartiría la mercancía cargada en dichas cajas de la manera más eficaz que se había podido realizar hasta el momento. Así fue el inicio de una revolución.

Marc Levinson, economista estadounidense, asegura que la invención del que hoy en día conocemos como el padre del contenedor de transporte, Malcolm McLean, supuso

un cambio absoluto, afirmando que “la globalización, tal como la conocemos hoy, no habría sido posible sin el contenedor” (Levinson, M. (2006) *La Caja*. Universidad de Princeton). Esta caja de metal logró adaptarse a distintos modos de transporte tanto por mar como por tierra. Barcos, camiones y trenes fueron modificados para simplificar el proceso logístico ocasionando una absoluta revolución en el transporte y el comercio internacional.

Se modificó el propio buque portacontenedores así como las terminales portuarias en una búsqueda de agilizar dichas operaciones. A partir de estas transformaciones, se manifestaron unas claras ventajas y desventajas. Entre lo desfavorable cabe destacar que, ante un marco de crisis económica, las importaciones y exportaciones sufren importantes recesiones ocasionando el aumento de los depósitos de contenedores así como los respectivos gastos de almacenaje (Kotnik, 2013). Ante este escenario, arquitectos y estudios de arquitectura han barajado la posibilidad de crear espacios habitables y funcionales con estas cajas metálicas. Para llevar este tipo de proyecto a cabo, se ha debido estudiar profundamente los diversos aspectos técnicos de los contenedores.

Aspectos técnicos del contenedor

Su estandarización fue certificada por la recomendación de ISO (*International Standardization Organization*) definiendo a la caja metálica como una estructura de carácter permanente y de resistencia, con un diseño que facilite su movilidad en diferentes modalidades de transporte donde exista un fácil manejo y sencilla carga y descarga de su contenido de almacenaje.

Según el Banco Mundial, el tráfico marítimo de esta caja de metal ha crecido exponencialmente en estas últimas décadas, siendo la principal vía de transporte de mercancías. Para ello, la "caja" ha debido transformarse para ser adaptada a diferentes necesidades. Pueden llegar a transportar productos alimenticios que deben mantenerse en perfecto estado a través de la refrigeración (contenedor *reefer*), líquidos a granel (contenedor cisterna), vehículos o maquinaria industrial (*flat-rack container*), materiales de grandes dimensiones o equipamiento pesado (contenedor *open top*) pero el más común y de mercancía generalizada es el *Dry Van* o de carga seca. Se encuentran en tres diferentes medidas regidas por la estandarización ISO y expresadas en pies (*feet*) con respecto a su capacidad de almacenamiento. En la siguiente tabla se muestran las especificaciones de cada una de las 3 medidas:

		Sistema métrico		
		Contenedor de 20'	Contenedor de 40'	Contenedor de 45'
Dimensiones externas	Largo	6,058 m	12,192 m	13,716 m
	Ancho	2,438 m	2,438 m	2,438 m
	Alto	2,591 m	2,591 m	2,896 m
Dimensiones internas	Largo	5,750 m	12,032 m	13,556 m
	Ancho	2,352 m	2,352 m	2,352 m
Volumen		33,1 m ³	67,5 m ³	86,1 m ³
Peso neto máximo		24.000 kg	30.480 kg	30.480 kg
Carga total		21.850 kg	25.680 kg	25.680 kg
Área	Exterior	14,765 m ²	31,496 m ²	33,439 m ²
	Interior	13,542 m ²	28,299 m ²	31,883 m ²

Kotnik, J. (2008), *Container architecture*. Este libro contiene 6.441 contenedores. Links-Books.Net

Este tipo de contenedor tiene tres partes bien diferenciadas: la estructura, las paredes y la base. El material predilecto para la construcción de estas es el acero que aporta resistencia, sobre todo a la corrosión, protegiéndolo de fenómenos externos como el salitre que podría conllevar un proceso acelerado de oxidación. También se puede utilizar el aluminio, que es más ligero y de menor costo. En la base del contenedor, se utiliza madera contrachapada que recibe un tratamiento para su protección.

En cuanto a las pinturas utilizadas para los contenedores, son variadas. Cada una tiene su específica aplicación y secado, intentando aportar durabilidad con su preciso mantenimiento preventivo ante condiciones climáticas adversas. Algunas de las reparaciones más frecuentes están ligadas a las ocasionadas por el clima, como pueden ser, la eliminación del óxido, tratamientos antihumedad o incluso, taponamiento de orificios debido a la oxidación. A pesar de ello, la vida útil de estos contenedores es bastante corta, siendo lo común que duren entre 7 y 14 años.



Características del contenedor



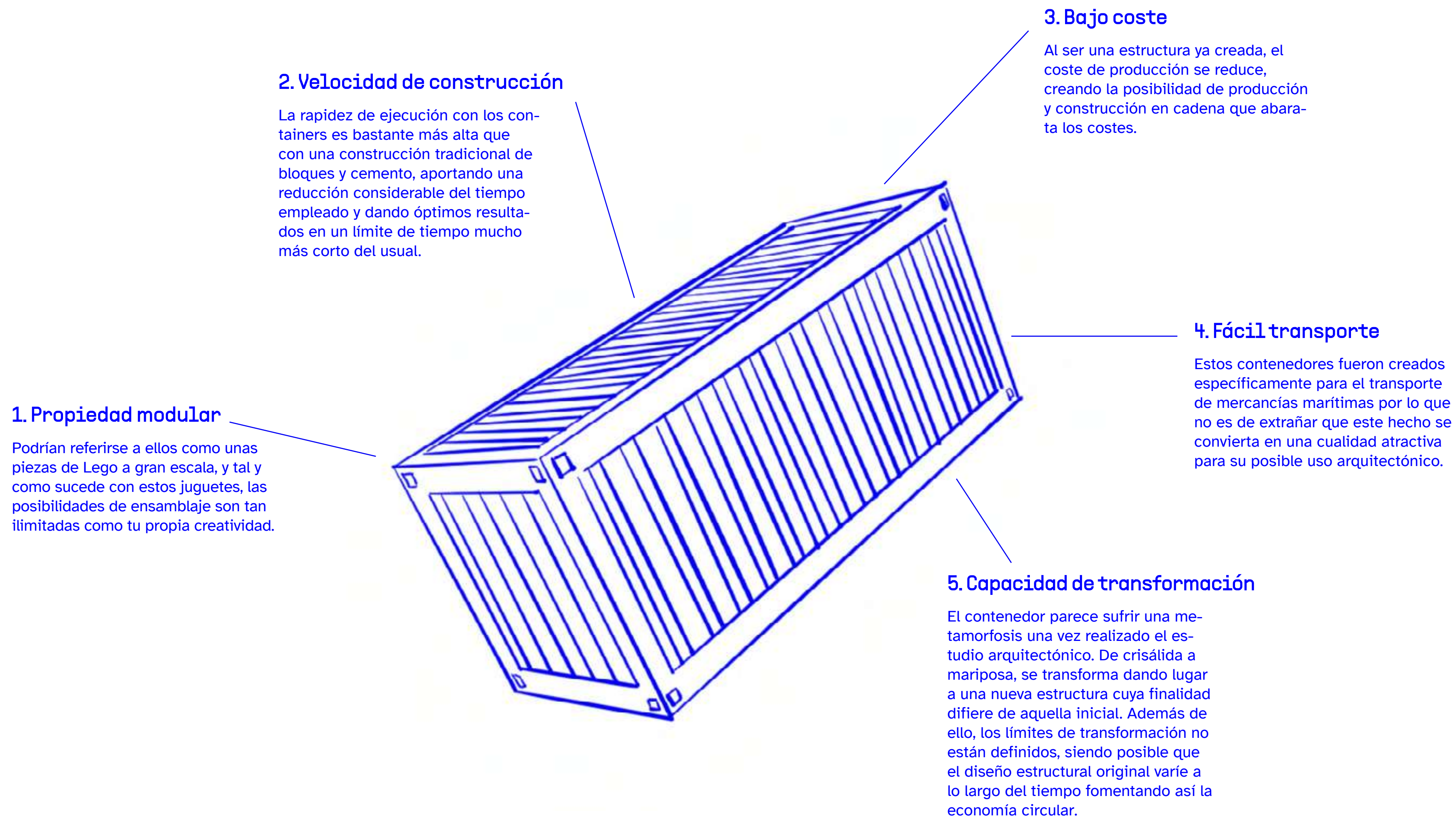
Contenedor vivienda. (2021). Zarca

Se ha comprobado que el uso del contenedor marítimo no tiene por qué estar limitado al de transporte de mercancía sino que sus diversas características permiten su utilización como casas familiares, edificios públicos, construcciones efímeras para eventos... Las posibilidades son infinitas y esto se debe a la gran calidad y resistencia con la que están contruidos, brindando la solidez necesaria para la construcción, por ejemplo, de un hogar. Gracias a esta adaptabilidad, también se contribuye a la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente. La reutilización de estos contenedores evita la generación de residuos de construcción y reduce la necesidad de utilizar nuevos materiales.

A parte de ello, cabe destacar otras importantes características como son su propiedad modular, su velocidad de construcción, su bajo coste, su fácil transporte y su capacidad de transformación que suponen aspectos esenciales de la estructura. A continuación se especifican cada una de estas características.



Views, V. (2021). Contenedores de mercancía en California, EE.UU. Unsplash.



Casa-contenedor en Woodside Ohio (2023) Expansión



Desarrollando los aspectos expuestos, los contenedores son, por tanto, convenientes e idóneos para un uso arquitectónico. Además de ello, la disponibilidad de encontrarlos alrededor del mundo debido a su compatibilidad con la mayoría de los sistemas de transporte de mercancías. No sólo ello, sino al ser producidos en masa y debido al gran número de demanda que existe dentro del mercado, hay una gran cantidad de ellos lo que abarata el precio de esta caja y los hace relativamente económicos para su posterior uso. Un contenedor usado cuesta tan sólo 1500 dólares y uno nuevo alcanza los \$4000. Los bajos costes de construcción también se deben a su carácter modular que, como explicado anteriormente, son concebidos como piezas de LEGO, lo que permite que se armen, se mueven y se vuelvan a ensamblar con total facilidad.

Otra gran característica que hace destacable su uso en la arquitectura, ya sea para una vivienda u otras estructuras, es su respeto con el medio ambiente. Dentro de un marco de crisis climática, donde se está tomando conciencia sobre los impactos medioambientales que existen, parece que estas grandes cajas metálicas son la solución a dichos problemas o, al menos, una vía para reducir el impacto. Estas estructuras se pueden reutilizar para diversos fines y ser así recicladas, además, que si se construye con ellos, se podría llegar a reducir el uso de otros materiales de construcción, completando las 3R (reutilizar, reciclar y reducir). Otro aspecto a considerar siguiendo esta misma línea de concienciación climática, es que las construcciones hechas con contenedores no requieren de excavaciones, con lo cual se reduce el impacto sobre el lugar así como la polución auditiva que generaría esas excavaciones.

Tienen una gran fortaleza, siendo capaces de resistir hasta las peores condiciones climáticas. Dicha resistencia los hace atractivos nuevamente para ser usados como la estructura de una vivienda, soportando su exterior a drásticos cambios de temperatura, el agua salada, fuertes rachas de viento y otros inconvenientes.

Son, en definitiva, económicos, móviles, fuertes, resistentes, modernos y reutilizables por lo que, lo que se pretende con estos recipientes de carga es que su uso no se vea limitado por el inicial, abriendo la puerta a nuevas e innovadoras posibilidades. La flexibilidad de innovación que estas estructuras ofrecen se presenta como la solución perfecta para la arquitectura de eventos. Pudiendo utilizarse un solo contenedor o cientos, estos containers se amoldan a las necesidades del evento y al atractivo que se quiera lograr con los mismos. Asimismo, el posible individualismo que es capaz de generarse en el diseño de estas estructuras permite que sus límites se vean desdibujados y difusos ante la posibilidad de diferenciación entre unos y otros.

Aplicaciones y estudio de casos

LOT-EK

LOT/EK es un estudio de diseño y de arquitectura especialmente conocido por su trabajo innovador con los contenedores de mercancías de estandarización ISO. Sus socios fundadores, Ada Tolla y Giuseppe Lignano, graduados en arquitectura y diseño urbano por la Universidad de Nápoles, tras cursar estudios de postgrado por la Universidad de Columbia, Nueva York, decidieron, en 1993, fundar este estudio con base en esta ciudad estadounidense (ABOUT/Studio — LOT-EK ARCHITECTURE & DESIGN, s. f.). Con una trayectoria de 30 años explorando y adaptando la caja metálica a diversas aplicaciones arquitectónicas, se consideran los pioneros de esta moderna forma de hacer arquitectura. Han sido galardonados con diferentes premios, los más destacables siendo el Foro de Voces Emergentes de la Liga de Arquitectura de Nueva York y los Premios de Honor del Instituto Americano de Arquitectos (AIA) de Nueva York.

Sus proyectos, como aseguran ellos, hacen extraordinario lo ordinario a través de una práctica experimental, ecológica y tecnológica con una metodología de trabajo basado en el *upcycling*³. No obstante, mantienen una actitud sencilla y práctica adoptando un enfoque personalizado en cada proyecto y con cada cliente y es que, cada uno de sus trabajos arquitectónicos es original generando una constante diferenciación y afirmando una gran adaptabilidad del estudio.

Los proyectos de LOT/EK van desde colaboraciones e instalaciones con artistas hasta viviendas familiares o proyectos de interiorismo. Han realizado trabajos, a nivel cultural, para el Museo Guggenheim o el Museo de Arte Whitney, también otros más insti-

tucionales como clientes como Google pero sus más destacables son sus proyectos comerciales para clientes como Puma y Uniqlo. Además, han llevado a cabo proyectos en todo el mundo, desde su ciudad de origen en Nueva York, hasta lugares tan lejanos como en Queensland, Australia, en Huangshan, China o en Londres, Inglaterra.

Uno de sus proyectos más ambiciosos y memorables es PUMA City, en el 2009. Fue una edificación arquitectónica para la empresa alemana deportiva PUMA donde se contó con el ensamblaje y construcción de un total de veinticuatro contenedores marítimos que fueron montados y desmontados en diferentes puertos internacionales. Según especificaciones del estudio Lot-Ek, este proyecto fue concebido como una estructura con tres niveles para cuatro diversas funciones. En el primer piso se encuentra la tienda, diseñada con grandes techos de doble altura y cuatro contenedores de ancho; la segunda planta alberga las oficinas y el almacenamiento; por último, en el piso superior, se ubica un bar, un salón y un espacio para eventos con una gran terraza abierta. Cada uno de estos módulos está diseñado para enviarse como un contenedor de carga convencional. Para ello, Lot-Ek, diseñó un sistema de paneles que sellaran completamente los contenedores durante su transporte en barco y que, una vez en el puerto de destino, pudiese ser removida para conectar los grandes espacios interiores. Esta gran estructura de impresionantes dimensiones, fue la primera a esta gran escala de ser completamente transportable (PUMA CITY copy — LOT-EK ARCHITECTURE & DESIGN, s. f.).

³ Consiste en el aprovechamiento de objetos ya fabricados con la intención de darle una nueva funcionalidad, extendiendo el ciclo de vida de estos y explorando su posible nuevo futuro. A través de la curiosidad y el aprendizaje sobre el rendimiento y el buen aprovechamiento de los objetos, han logrado aplicar este concepto reduciendo así el impacto ambiental de sus proyectos.



Puma City. (2018). ArchDaily.



Uniqlo Pop-Up. (2006). Lot-Ek

Otro reconocible trabajo del estudio de diseño neoyorquino fue en su colaboración con la empresa de ropa y complementos japonesa Uniqlo en el 2006. El estudio creó con dos contenedores de medidas de 20 pies, una tienda a pequeña escala de la marca japonesa. De esta manera, los contenedores fueron recorriendo diversos barrios de Nueva York con la intención de promocionar y hacer conocer la firma en la ciudad estadounidense. Estos dos contenedores incluían en su interior diversas baldas con ropas y percheros, la caja donde cobrar los artículos e incluso unos probadores.

Giant Containers

Giant Containers es una empresa proveedora mundial de estructuras modulares y prefabricadas, especializados en la construcción con contenedores marítimos usados y modificados. Sus proyectos abarcan diversas finalidades desde residenciales a comerciales o desde minoristas a industriales.

Se fundó en el año 2008, teniendo sede en Toronto, Canadá. Comenzó siendo una simple empresa de venta de contenedores usados pero pocos años después, empezaron a realizar estructuras de carácter modular y en menos de diez años lograron consolidarse como una de las empresas de arquitectura con contenedores más destacables (Giant Containers, Modular Buildings, 2023).

El compromiso con la construcción prefabricada y la artesanía de calidad les permite producir espacios de vida, de trabajo y de eventos sostenibles y rentables. Gracias a esta filosofía junto a su rápida metodología de trabajo y su gran servicio al cliente, ellos mismos aseguran ser líderes en la industria brindando innovadoras ideas y proyectos. Su cartera de clientes cuenta con reconocidas marcas como Nike, Corona o Levis pero su más reconocible proyecto es con la firma de moda francesa Louis Vuitton.

En plena pandemia, Virgil Abloh, el director creativo de Louis Vuitton, decidió llevar su colección de primavera-verano del 2021 a distintos puntos del globo terráqueo. Para ello, colaboró con esta empresa de contenedores creando un espacio interacti-

vo donde se realizaría el espectáculo. Comenzó su travesía en París retransmitiendo la colección a través de un simple vídeo en sus diversas plataformas para luego hacer su debut en pasarela en la ciudad china de Shanghái. Tras ello sus contenedores y respectivo show viajaron por Tokio, Miami (durante la semana del arte) e incluso por Singapur.

De esta forma, Virgil Abloh (2021) aseguraba que “probablemente sea el mayor salto que he dado para llegar a una nueva forma de trabajo” (Abloh, V. 2021) al haber logrado trasladar su colección prêt-à-porter por diferentes lugares recorriendo el mundo. Los contenedores fueron diseñados en el llamativo color rojo que utiliza frecuentemente la marca destacando así las letras en blanco que se pintaron en el exterior de la estructura metálica como fueron do not open o el mismísimo logo de la firma a gran escala. Cabe destacar que el uso de los contenedores no fue una opción arbitraria, la colección apostaba principalmente por el reciclaje, viéndose en la pasarela prendas de colecciones anteriores, por lo que la reutilización y el rediseño de los contenedores marítimos para el show fue la opción que más se adaptaba a estos principios.

Presentación de la colección de Louis Vuitton para la colección de primavera-verano 2021 durante la Digital Paris Fashion Week (2020). The Cut



Singular Home Design

Pasando a un contexto más local, la empresa Singular Home Design (Admin, s. f.) está especializada en la construcción de viviendas con contenedores marítimos. Localizada en Gran Canaria pero con clientes en toda Canarias, ofrecen rapidez, ahorro y sostenibilidad en sus estructuras industrializadas.

Surge hace ya más de diez años como alternativa más económica y eficiente a la construcción tradicional. La finalidad de sus proyectos es la arquitectura modular de viviendas, oficinas, hoteles o stands. Algunas de las empresas que han confiado en esta innovadora constructora son el puerto de Las Palmas, el Ayuntamiento de Agaete o la empresa de cervezas Dorada.

Según propias especificaciones de Javier Valentín, uno de los fundadores de este ambicioso proyecto, han logrado industrializar al máximo el proceso constructivo (Valentín, J. 2017). Comenta en una entrevista realizada en el programa canario Tú mismo (Singular Home Design, 2017) que todas sus propuestas se realizan dentro de una nave industrial, donde acondicionan, preparan e incluso amueblan el contenedor. Asegura que se tratan de procesos muy veloces, estableciendo la nueva vivienda en la parcela en tan solo una mañana, alrededor de unas tres horas. De esta manera, al transportar el container al lugar especificado, se reduciría la contaminación acústica y las molestias que tanto se ocasionan en construcciones convencionales de hormigón o madera. Además de ello, hace una aportación destacable y es que las viviendas con contenedores no están limitadas tras su construcción, pueden

seguir ampliándose y cambiando en función a las necesidades de su huésped, lo que lo hace una opción más atractiva. Javier Valentín con respecto a esto, afirma que “hay mucha gente que me pregunta cuál es el límite, y el límite realmente es tu imaginación” (Javier Valentín, 2017, 14:50).

Galería de arte GAD (s. f.). Is Arquitectura



Galería GAD

GAD es una galería de arte móvil diseñada por el estudio de arquitectos estadounidense MMW. Este espacio fue concebido para ser desmontado, trasladado y nuevamente montado con facilidad. Fue construido a partir de diez contenedores creando la impresión desde el exterior de ser una disposición apilada de contenedores de carga, con un saliente considerable que sobresale de la base. Cinco de los diez, de dimensiones estandarizadas de 20 pies, son los que constituyen dicha base, aportando solidez a la estructura para los siguientes dos niveles. En el segundo piso, se colocaron otros tres containers, esta vez de 40 pies, colocados en forma de U con los extremos en voladizo. Para ello, fue necesario aportar rigidez por medio de otros soportes a través de columnas de acero. Por último, para la tercera planta, los dos contenedores restantes, también de 40 pies, fueron dispuestos al final de esos extremos de la segunda planta creando un cuadrado. Además de ello, en esta última planta y sobre el segundo piso, se realizó una azotea con acceso desde ese último piso.

El sistema de circulación primordial en la galería son las escaleras, de diseño industrial, que conectan las tres plantas. Además de ello, cabe destacar que cada contenedor está aislado por dentro, cubiertos de láminas de madera contrachapada y yeso dejando, junto una pintura blanca, un espacio de paredes y techos limpios y uniformes. Esto brinda una superficie ideal para exhibir las obras de arte. En adición para proporcionar una exposición óptima, los contenedores cuentan con ventanas circulares que se ubican de frente una a la otra, o en su defecto, con claraboyas y

ventanas de vidrio de seguridad que van desde el piso hasta el techo. Estas están localizadas en la parte final de cada contenedor, lo cual permite que una gran cantidad de luz natural del norte fluya hacia el interior del edificio. La galería GAD, con su diseño abierto e industrial, es adecuada para cualquier entorno y representa un emocionante espacio para exhibir arte.

Expo Zaragoza 2008

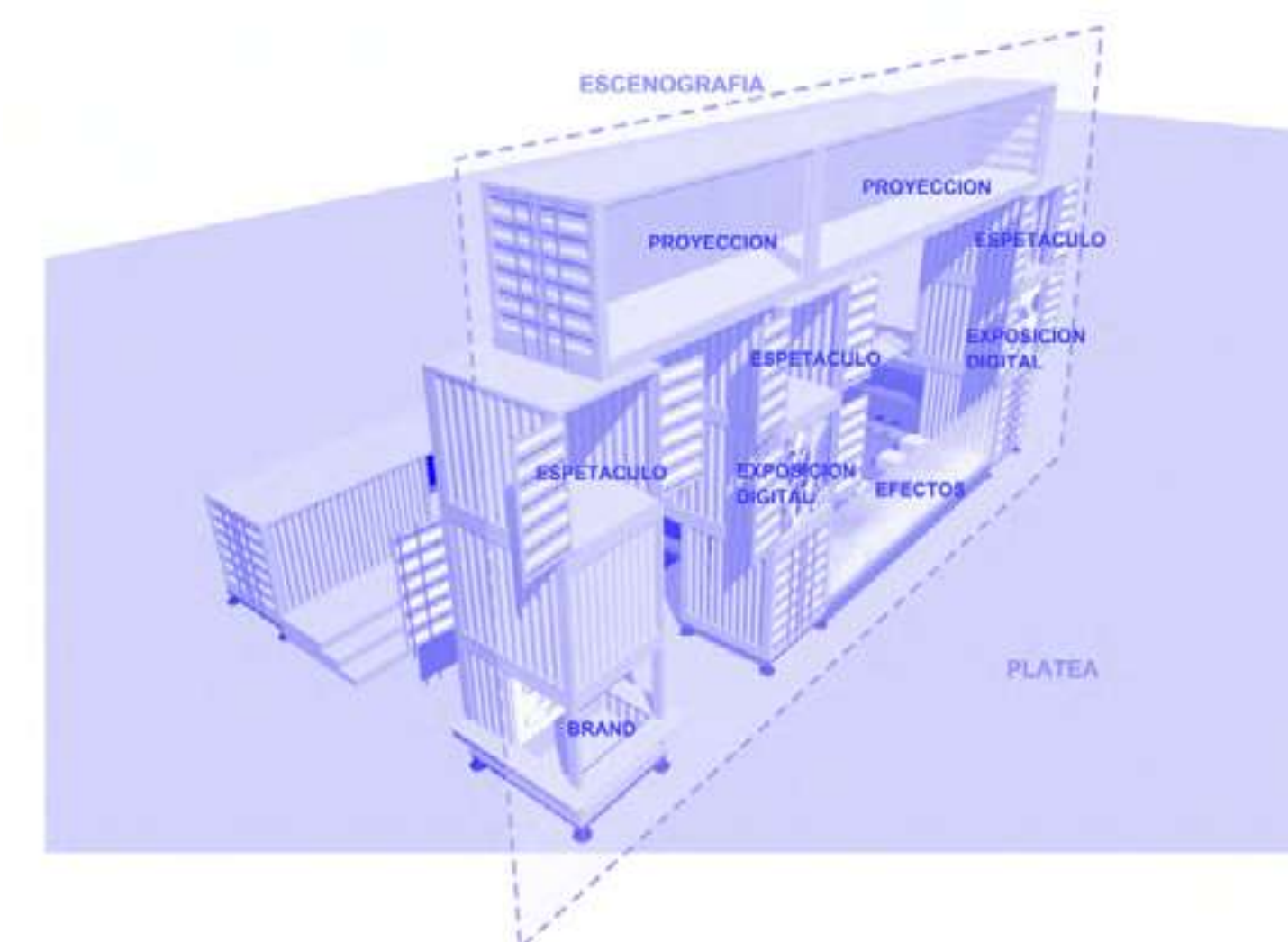
La Expo de Zaragoza llevada a cabo en el año 2008 tenía como temática la sostenibilidad, el agua y sus respectivos desarrollos. Ante este tema, uno de los stands incluidos en la exposición internacional fue la Caravana, que algunos apodaron como acueducto. Una estructura de un total de 14 contenedores con 12 metros de altura y 22 metros de ancho, que se basaba en el acueducto de Segovia, pero llevado a lo industrial.

Este gran proyecto contó con la participación de más de 50 personas, que entre ellos la mitad se encargaron del ensamblaje. La Caravana fue transportada por diversas ciudades del territorio español como Barcelona, Madrid, Sevilla, Valencia y Bilbao para dar a conocer las curiosidades y los elementos más atractivos de la exposición que se celebró en Zaragoza del 14 de junio al 14 de septiembre del año 2008 (Europa Press, 2017). Para ello, la estructura tuvo que ser ensamblada en cada uno de esos lugares y desmontada para la siguiente localización. Esto fue posible gracias al uso de los contenedores de reciclaje. En el interior de ellos, se dispuso en este tour por las principales ciudades españolas una zona de exposiciones donde se explicaba cómo sería la Expo en Zaragoza.

La Caravana no sólo informaría a la gente los principios y las virtudes fundamentales de la EXPO 2008, sino que también se transformaría en un emocionante espectáculo ambulante. Se contó con la colaboración del Circo del Sol y para su espectáculo, se creó una banda sonora propia que acompañaría los impresionan-

tes movimientos de los artistas durante el espectáculo. Desde la parte alta de la estructura con contenedores, en el cuarto piso, colgarían las telas aéreas donde los artistas del circo realizan sus acrobacias en el aire, dando un show asombroso y diseñado exclusivamente por primera vez para España. La exhibición estaría también acompañada de proyecciones y efectos digitales que se proyectarán en los extremos de la estructura. El presidente de la exposición, Roque Gistau (2007) confirma que “a través de esta puesta en escena, la Caravana de la Expo quiere dar a conocer EXPO ZARAGOZA 2008 a todos los ciudadanos y transmitir el mensaje de la Exposición Internacional de forma creativa, sugerente y entretenida” (Gistau R. 2007).

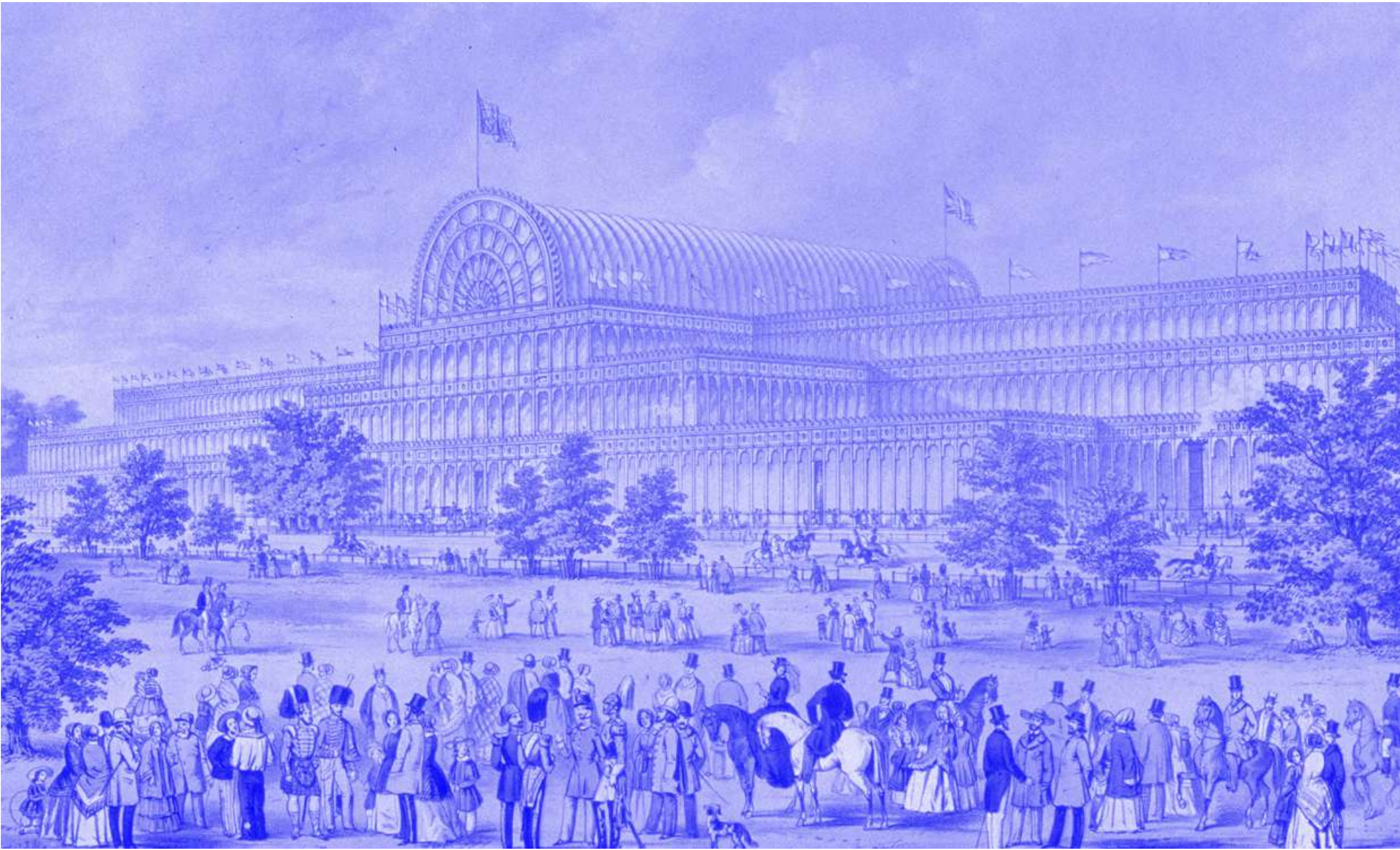
Caravana-Expo y planos de la Expo Zaragoza de 2008 (2008). Asociación Legado Expo Zaragoza 2008



A1.3

Exposiciones universales

Introducción



Crystal Palace en la primera Exposición Universal en Londres (s. f.). La Misma Historia

Las exposiciones universales, entendidas como un escaparate de progreso e innovación, son un evento ferial de naturaleza global donde el intercambio de conocimiento, tanto cultural, económico y tecnológico, es determinante. Sus claras premisas de exhibir las destrezas, ideas y la visión de futuro de cada uno de los países participantes, concluye en un fin principal, descrito en el Convenio de París de 1928 sobre las Exposiciones Internacionales: “mostrar los progresos realizados por los diversos países en una o en varias ramas de la producción” (BOE, 1931).

Contexto histórico

Nacen, comprendidas como universales, en el siglo XIX siendo el lugar idóneo para exponer los avances e inventos tras la Revolución Industrial. Más específicamente y en un contexto de pleno desarrollo de la industria siderúrgica británica, se construye el imponente Crystal Palace o Palacio de Cristal ⁴, que albergaría la primera exposición universal en 1851, en Londres. Se considera la auténtica síntesis arquitectónica de la Revolución Industrial (López César, 2014) al utilizar el hierro y el vidrio como sus principales elementos constructivos.

A partir de ella, el formato y concepto de Exposición Universal puede ser también comprendido como un encuentro global, con un gran poder transformador al dar forma a las percepciones de las naciones (*What is an Expo?*, s. f.) participantes y sus respectivas culturas. Además, tras institucionalizarse como un acontecimiento periódico de carácter efímero, las exposiciones se comprendieron como eventos cataclíticos de la actividad industrial.

Ya fuese por la construcción de la estructura arquitectónica que albergaría el evento en el país anfitrión o, por los inventos expuestos de los países participantes, lo industrial era protagonista. De esta manera, y bajo la elección de una temática en particular para la exposición, estos eventos permitían que cada país planteara las soluciones relativas a esa temática, proporcionando respuestas a problemas de la realidad global.

Desde su nacimiento con el Palacio de Cristal, se generó un espacio en específico que pudiera albergar las exposiciones y al público visitante. Bajo esta idea, se crearon otras célebres estructuras como la Galería de Máquinas de la Exposición de París de 1889 o el Grand Palais también en esta ciudad en 1900.

A medida que se crearon estos nuevos edificios, el espacio expositivo se transformó para adaptarse a las necesidades de cada exposición y de cada época. La relación objeto-espectador sufrió una metamorfosis dando lugar a experiencias más inmersivas para los visitantes.

El trabajo curatorial de estas muestras se vio alterado para generar una nueva espacialidad donde la prioridad recae en la interacción del público con el espacio. Por esta razón, el espacio se empezó a estructurar desde el recorrido, generando una mayor participación y compromiso por parte del público en las exposiciones, lo que a su vez aumentaba la relevancia y el impacto de estos eventos en la sociedad. A pesar de ello, durante las primeras exposiciones universales, se mantuvo el pabellón como símbolo de la “imagen-país” (Morales Ahues, 2022) que, a diferencia de las exhibiciones que existen en la actualidad, se aleja de ese concepto de gran edificación. Por el contrario, es una suma de elementos individuales que responden a una lógica de “unidad-nación” (Morales Ahues, 2022).

⁴ Imponente estructura de hierro y vidrio creada para la primera Exposición Universal por el arquitecto Joseph Paxton. La construcción reveló las enormes posibilidades de utilizar el hierro como soporte estructural y de incorporar la prefabricación como método constructivo.

Exposición Universal de París (s.f.) Tour Eiffel.



Bajo este planteamiento, esa evolución se muestra primeramente en la Exposición de París de 1889. El gran pabellón que acogió la mayor parte de la exhibición fue la Galería de Máquinas pero además hubo un despliegue de unas 96 hectáreas en la ciudad parisina incluyendo el Champ de Mars ⁵, donde se dispondría en sus extremos otro ejemplo de la nueva arquitectura de la época: la torre Eiffel.

Partiendo de esta idea ya efectuada décadas atrás, las exposiciones universales del siglo XXI se plantean como una convocatoria donde poder intervenir, urbanizar y consolidar un fragmento de la ciudad, sin la limitación de una edificación única.

⁵ Parque público situado en París, Francia. Se encuentra justo al pie de la Torre Eiffel y se extiende hasta el río Sena. El nombre "Champ de Mars" significa "Campo de Marte" en francés, en referencia al dios romano de la guerra.

La obsolescencia de las exposiciones universales

Dentro de un panorama de constante cambio, la obsolescencia de las estructuras de las exposiciones universales relucen ante la ostensible inadaptación. La reutilización de las ostentosas edificaciones creadas durante estos eventos, se ven limitados debido a la poca planificación previa del posible uso que se le darán a posteriori. Asimismo, esa falta de planificación pone en manifiesto el carente entendimiento de cómo funciona la ciudad anfitriona y, en consecuencia, cómo aprovechar las dinámicas de la misma durante y después de la exposición.

Las primeras exposiciones universales, aquellas entendidas durante el llamado periodo de “la era de las exposiciones”, es decir, desde la de Londres en 1851 a París en el 1900, abogaban por el desarrollo y la transformación de la propia metrópolis. Gracias a la enorme relevancia durante esta época dorada, muchas de las ciudades se diseñaron para alojar este gran evento internacional.

Se construyeron grandes infraestructuras, se mejoraron las redes de transporte y, lo más notorio, se realizaron enormes espacios y recintos feriales para albergar dentro de ellos las exhibiciones (Hevia Tagle, 2022). Tras ello, en los periodos entre y post-guerra mundiales, surgieron movimientos totalitaristas que aprovecharían este escaparate mundial que brindaban las exposiciones para hacer propaganda política, alejándose así del inicial objetivo del evento que era “mostrar los progresos realizados por los diversos países en una o en varias ramas de la producción” (BOE, 1931). Ante esto, las exposiciones nunca volvieron a tener la importancia que tenían en sus primeros casi 50 años.

Situándonos en la actualidad, la manera en la que se celebran estos eventos no ha cambiado a grandes rasgos. Por ejemplo, la última realizada fue la Expo Dubai 2020, que debido a la pandemia por COVID-19 tuvo que retrasarse dos años. En ella, en un par de meses y en mitad del desierto, se construyó un recinto de 4,38 km² acompañado de hoteles, nuevas autopistas y carreteras, así como una nueva extensión del metro para poder preparar la ciudad de Dubai a las visitas internacionales.

Visto la obsolescencia de infraestructuras pasadas y el creciente interés social por la sostenibilidad, Dubai apostó por, tras cerrar sus puertas en el 2022, mantener vivo al menos el 80% de las instalaciones creadas de manera exclusiva para la Expo 2020. Algunos de ellos transformándolos en hospitales, escuelas y universidades y otros, manteniéndose como espacios para futuros eventos. De esta manera, el espacio urbano vuelve a cobrar importancia para la propia ciudad y sus respectivos habitantes, comprendiendo que los procesos de planificación de la exposición deben ser entendidos desde la relevancia de la propia metrópolis y su respectivo futuro.

Otro destacable ejemplo de esa intención de priorizar el espacio urbano fue en ambas exposiciones de Sevilla, en la de 1929 y la de 1992. En esta primera, se consideró la Expo como una oportunidad de transformación y modernización del territorio sevillano. La planificación del crecimiento urbano otorgó a la ciudad un mejor posicionamiento a nivel nacional e internacional.

El despliegue de los diversos pabellones en un total de 34 hectáreas de la metrópolis logró transformar Sevilla al completo, brindando nuevas redes de transporte, infraestructuras y una mejora en las propias calles y vías de Sevilla. El paso de la Expo por la ciudad supuso un antes y un después en la misma, dejando un legado duradero que aún hoy en día puede apreciarse.

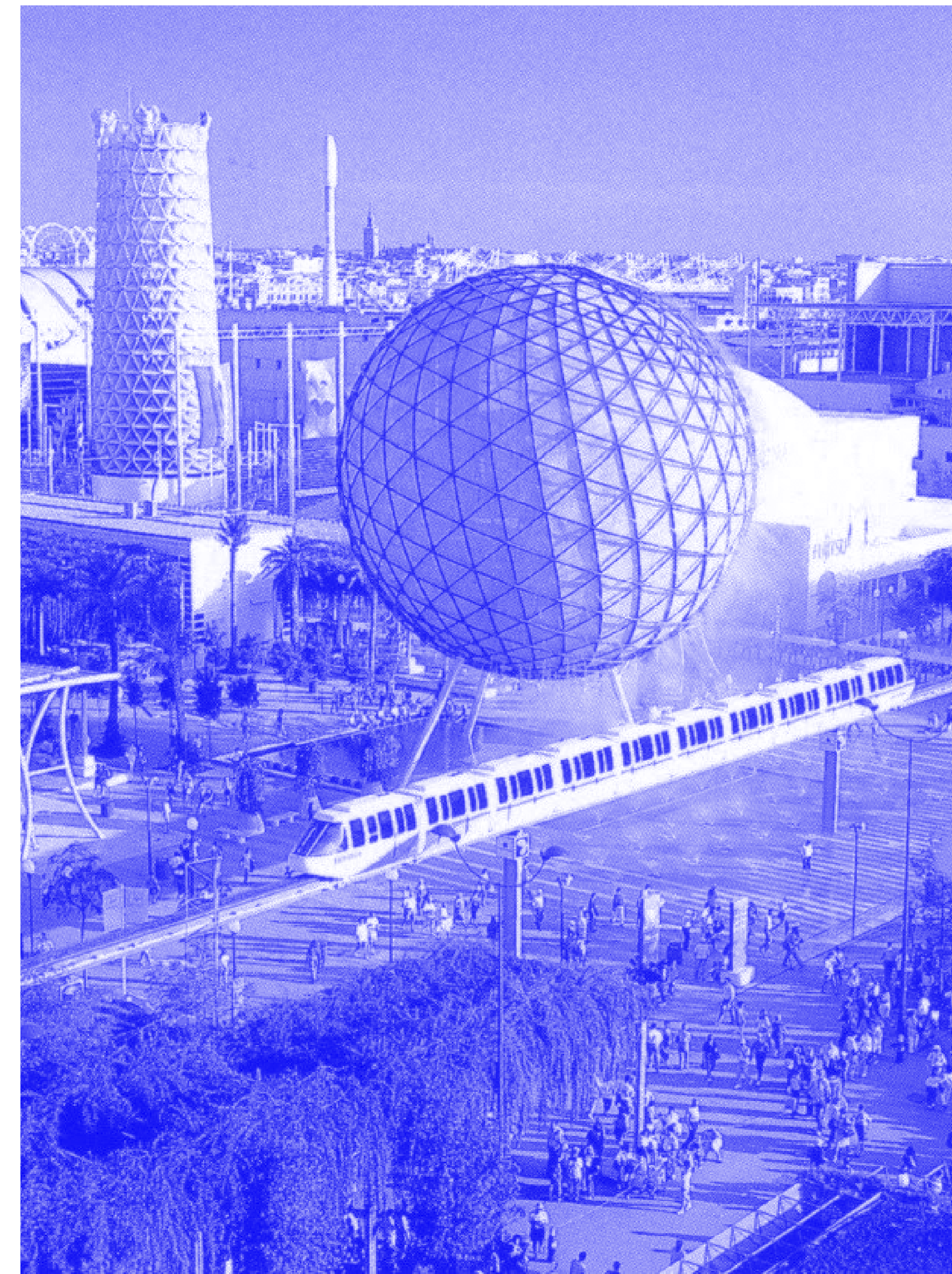
Esa misma planificación urbanística se efectuó en la Expo de Sevilla de 1992, también conocida como EUSE '92. Esta supuso un destacable impulso económico para la comunidad de Andalucía, posicionando a Sevilla como una de las ciudades más importantes del territorio español.

La exposición se articuló en 125 hectáreas donde se desplegaron los diversos pabellones de carácter permanente o efímero por la ciudad. Se consideró este evento como otra oportunidad para dotar al territorio de nuevas infraestructuras que pudieran ser aprovechadas después de la clausura. A pesar de dichas intenciones, en la actualidad el abandono y deterioro de ciertas estructuras es visible en ciertas zonas de Sevilla. Esto pone de manifiesto la dificultad que significa hacerse cargo de las edificaciones creadas durante este evento ferial e internacional.

Por estos motivos, para la mayoría de países anfitriones así como los participantes, parece ser una óptima opción dar una vida nueva a estas infraestructuras. La reutilización de ciertos pabellones permanentes o incluso de los materiales utilizados

para construir los efímeros resulta ser una preferencia atractiva aunque en ciertas ocasiones de difícil ejecución. Es de hecho la planificación y el diseño de estas infraestructuras la que a menudo carecen de la flexibilidad necesaria para ser reutilizados con otros fines. Por tanto, el tema no se limita al edificio en sí, sino a su capacidad para contribuir al entorno, adaptarse y funcionar en una ciudad dinámica en constante cambio y movimiento (Hevia Tagle, 2022).

Exposición Universal de Sevilla de 1992 (2017). Público



A1.4

Festivales culturales

Introducción



Panorámica de Art Madrid (2019). El Independiente

Los festivales culturales permiten presentar, preservar y difundir la cultura de una sociedad (Festivales culturales | BlogBibliotecas, 2014) estableciéndose como uno de los fenómenos de mayor divulgación cultural de la actualidad. Han crecido exponencialmente en las últimas décadas de manera que resulta un arduo trabajo encontrar una ciudad donde no se celebre uno o dos festivales anuales dedicados a alguna manifestación artística. Además de ello, suponen un espacio de puesta en valor del patrimonio cultural así como una cita para disfrutar del arte, la música, el cine, las artes escénicas o incluso la literatura.

Con ellos, “las ciudades se han convertido en centros de celebración y festejo” (Finkel & Platt, 2020) que promueven la diversidad, propician el diálogo entre vecinos, incrementan la creatividad y el orgullo cívico y, en general, mejoran el bienestar psicológico de la población (Binder, 2012). A parte de ello, el gran impacto económico de estos festivales ha desdibujado en ocasiones esos verdaderos motivos por el que se iniciaron. Por consiguiente, los festivales culturales parecen utilizarse con mayor frecuencia por las ciudades con fines de promocionar la urbe, aumentar el turismo y otros beneficios socioeconómicos de interés principalmente político (Finkel & Platt, 2020).

Festival cultural. Concepto

En el libro *Festival and events management: an international arts and culture perspective* (2004) detalla que hay tantas definiciones de festival como textos sobre el mismo existen. Su carácter polisémico se debe a que manifestaciones tanto artísticas como no artísticas acogen la palabra para definir ese concepto de festejo o simple celebración. De esta forma encontramos amplias y genéricas definiciones sobre el término.

El escritor británico Norman Douglas define a los festivales en su libro *Special Interest Tourism* (2001) como un “evento donde las personas se unen para celebrar, manifestar, adorar, honrar, recordar y socializar” (Douglas, N. 2001). También añade que los festivales se originan gracias a un sector de la población que tiene la necesidad o deseo de celebrar uno de sus rasgos culturales, de su estilo de vida o de su historia. Teniendo en cuenta esta generalizada definición, no es de extrañar que el término lo acojan eventos como meros festejos, competiciones o incluso mercados o intercambio de bienes. Sin embargo, según la Real Academia Española, quien aporta una versión más acertada al término que buscamos, explica que un festival es el “conjunto de representaciones dedicadas a un arte o a un artista” (Real Academia Española, s.f., definición 3). Por otro lado, si se considera el origen etimológico de la palabra, es en Inglaterra a principios del siglo XVIII donde primeramente usan el término “festival” con el significado de “gran acontecimiento artístico de periodicidad anual” (Bonet, 2011). Por ello, el Oxford English Dictionary lo define como “una serie de actuaciones musicales, obras de teatro, películas, etc., generalmente organizadas en el mismo lugar una vez al año” (Oxford English Dictionary, s.f., definición 1).

Estas dos últimas definiciones describen el concepto que nos atañe. Aún así, aquellos

eventos con una periodicidad estable así como una programación distinguida acogen el término. Por tanto, no existe una definición precisa, ni tampoco es cuestión de buscar la universalidad de ella porque se debe tener en cuenta que los objetivos e intereses específicos planteados en cada caso influyen en la denominación del evento (Bonet, 2011). Así pues, se deberá hacer una clave distinción en el concepto si se desea conversar sobre las manifestaciones artísticas. Con esto, nos encontramos con el término de festival cultural, entendido desde la concepción de manifestación artística.

En los festivales culturales se celebran aspectos de la cultura como la música, las artes escénicas, el arte o la danza, entre otros. Consiguen a través de una duración temporal limitada y siendo un acontecimiento público, “ser una vía de escape temporal de la naturaleza mundana de las rutinas diarias de la población” (Finkel & Platt, 2020). Partiendo de este simple entendimiento, los festivales consiguen generar experiencias memorables para sus visitantes a pesar de su característica efímera. Gracias además a su programación intensiva y bien planificada, que logra en unas pocas horas o días (dependiendo de la duración del evento) realizar un programa cultural atractivo e inolvidable.

En numerosos lugares, los festivales representan prácticamente la única oportunidad para muchos visitantes de presenciar actuaciones que están fuera de su realidad cultural (Bonet, 2011). Por ello, el diseño y planificación de un festival debe pensarse alrededor de su contexto socioeconómico, cultural y geográfico para que tenga coherencia y sea a la vez exitoso.

Festival Fringe de artes escénicas en Edimburgo (2016). Inlingua



Factores que determinan un festival

Según Lluís Bonet, profesor en la Universitat de Barcelona y autor del artículo *Tipologías y modelos de gestión de festivales* (2011), existen cuatro factores claves que determinan el desarrollo y planteamiento de un festival: “el territorio, la institucionalidad, el presupuesto y el proyecto artístico” (Bonet, 2011). Estos cuatro agentes interactúan entre sí además de otros externos que logran definir la tipología del festival.

El primero citado, el territorio, debe entenderse como el espacio físico y de interacción social y cultural para los habitantes y visitantes. Esto es clave tenerlo en cuenta a la hora de desarrollar un festival ya que celebrar un festival en una gran ciudad difiere significativamente de hacerlo en una zona rural, donde la programación profesional llega solo ocasionalmente. Si es al aire libre o en un entorno cerrado; si tiene lugar en comunidades con una gran vitalidad artística de vanguardia o, sin embargo, es una comunidad arraigada en la tradición; si se sitúa en un lugar emblemático o en una zona de difícil acceso... Todas estas cuestiones por superficiales o insignificantes que puedan llegar a parecer son de las más determinantes en la creación de un festival.

Además de ello, la participación de los residentes o visitantes externos es clave para el valor simbólico que se le otorga al festival. Estos dos grupos pueden tener distintas motivaciones y vivir la experiencia de forma bastante diferente (Bonet, 2011). Por ello, es preciso otorgar valor al lugar y potenciar técnicas que permitan

fidelizar a la audiencia local así como la extranjera y turística. Por medio de estas acciones, el festival podría lograr maximizar el empleo del territorio y su valor económico, aumentar el orgullo local y la oferta cultural.

Continuando con el otro factor que comenta Bonet, el segundo aspecto determinante es la institucionalidad del festival. Dependiendo de su titularidad, pública o privada, el desarrollo del festival se verá condicionado. Según un estudio realizado en el año 2007 por el autor, el 65,6% de los festivales escénicos con programación profesional eran de titularidad pública. Esto supone una mayor conveniencia económica para su realización y también para su posible cancelación, que será respaldada por las administraciones públicas. Aún así, de manera generalizada, si la titularidad es privada, el presupuesto suele ser mucho mayor y más ambicioso gracias a las rigurosas estrategias de financiación. En el caso de que sea pública, también pueden encontrarse con un festival bien financiado pero también otros de iniciativas locales y, por ende, más pequeños y con escasos recursos.

Este hecho nos lleva al siguiente factor: el presupuesto. Los principales objetivos y acciones a llevar a cabo por parte del festival se verán condicionados por este aspecto. Tanto es así, que los recursos financieros disponibles así como la manera de manejarlos, supondrá una importante diferencia en la promoción del evento, los artistas invitados, la organización, la calidad del festival y otros muchos factores que los atañen. Además, el propio precio de la entrada también supone un importante hecho para determinar el perfil de los asistentes, tanto si es gratuito como si es de un gran valor.

Ritmos del Mundo (2022). The Showroom Magazine



Por último, el cuarto factor es el proyecto artístico. Es para Lluís Bonet el aspecto más esencial y determinante de estos cuatro descritos y el que definirá y marcará las pautas del desarrollo del festival. Hay cinco criterios que determinan estos eventos y sus estrategias de diseño que han sido descritos por el autor francés Claude Vauclaire en su ensayo *Les événements culturels : essai de typologie* (2009):

1. La presencia de la creación artística

Permite distinguir los festivales o eventos de manifestación artística de los no artísticos que además pueden ser en un formato más tradicional, como podría ser enfocada en un género artístico, o más novedoso, en torno a un tema o una mezcla de varios.

2. La tipología del público participante

Esto determinará la gestión del mismo y las posibilidades existentes para llegar a una amplia audiencia o, si no fuese este el objetivo, llegar a un público bien determinado.

3. La inversión en un espacio

En general, los festivales suelen situarse en espacios al aire libre y de fácil acceso que no precisamente estén única y exclusivamente dedicados a la cultura como

podría ser un museo. Es por esto que concentrar en un espacio público el festival requiere de una planificación e inversión para que encaje y tenga concordancia con el lugar donde desea establecerse.

4. El criterio del tiempo

Diseñar un festival que se concentre en un pequeño espacio de tiempo y que logre que su cualidad efímera le aporte importancia y relevancia. Cabe destacar, que a pesar de esta característica, en general, los festivales buscan una reiteración, normalmente, anual lo que lo aleja de su carácter efímero entendido como un evento finito de corta duración.

5. La excepcionalidad del evento

La “rareza” de sus actividades diseñadas y su programación contribuye a esa excepcionalidad buscada para hacerlo más atractivo y memorable para sus visitantes.

Con estos criterios podría definirse de forma coherente el desarrollo de un festival, aún así, hay ciertos pasos a cumplimentar para llevarlo a cabo de la manera más eficiente posible. En este contexto, la organización del festival es crucial para ello.

¿Cómo se organiza un festival?

Para poder llevar a cabo de forma coherente la organización del festival se comenzará por tres simples pasos previos:

1. Definir la gente que estará involucrada en el proyecto, como organizadores, directores creativos, diseñadores...
2. Realizar una pequeña lluvia de ideas sobre el festival y las posibles actividades que contendrá
3. Realizar un análisis de viabilidad de estas ideas

A parte de estos tres pasos a cumplimentar, es recomendable responder a las siguientes cuestiones para tener un perfil claro de lo que se deberá realizar, organizar y desarrollar: ¿qué se está tratando de hacer y para quién?; ¿qué beneficios para los participantes podemos incorporar en el festival?; ¿cuáles son los diversos planes para lograr esto?; ¿cuáles son los pros y contras de cada idea?; ¿cuál es la mejor idea y cuáles serán los pasos a seguir para llevarla a cabo?

Comenzando con las personas que formarán parte de la organización del festival, puede partirse de un grupo ya existente que tenga conocimiento en estas áreas como, tal y como se comentó en el apartado anterior, dependerá de la institucionalidad del evento. Se considera que el tamaño óptimo de un equipo es de alrededor de

seis personas para mantener una buena organización (Event Management, s. f.). Este equipo se encargará de las tareas relacionadas con la planificación, financiamiento, marketing, búsqueda de recursos, seguridad y aspectos legales.

Una vez formado este equipo, es necesario continuar con la realización de la lluvia de ideas o brainstorming para discutir y generar conceptos alrededor de lo que será el festival. A continuación, las ideas principales y aquellas que se desean llevar a cabo deberán someterse a una prueba de viabilidad donde se deberá comprobar quiénes podrían llegar a participar, asistir, presenciar e incluso pagar por el festival. De esta manera, se podría también comprobar cuál es el público objetivo del evento que estamos creando y marcar las pautas a seguir para su efectiva y exitosa realización.

Además de estos apartados, en esta primera fase también se deberá hablar sobre las estrategias de mercado, las operaciones comerciales y el presupuesto. Entre ellos cabe destacar el conjunto de gestiones para la captación de ingresos externos como subvenciones y patrocinios así como la planificación de las estrategias para generar recursos propios (Bonet, 2011). Todas estas estrategias deberán ser ajustadas y desarrolladas con la mayor factibilidad posible dependiendo de cada festival.

Tras esta primera etapa, viene la fase de planificación. La clave para el éxito de un evento radica en una planificación cuidadosa, estructurada y lógica, que reduce la incertidumbre, enfoca la atención en los objetivos y garantiza una operación eficiente.

Festival de danza Move (2022). Culturamania



Por estas razones, la planificación es de las etapas más importantes para organizar un festival.

Es recomendable hacer un pequeño borrador para planificar los puntos fuertes y claves del festival a desarrollar, incluyendo el propósito o diferentes objetivos, el público objetivo, las diversas actividades que tendrá y resolver las cuestiones de “cómo, dónde y cuándo” (Event Management, s. f.). Planificar también es tener en cuenta los posibles contratiempos o problemas que puedan surgir cuando se realice el evento así que también se deberá realizar un plan de acción que solvete estos imprevistos de la mejor manera posible.

Tras este apartado, llega la etapa de la estrategia financiera. Independientemente del nivel de complejidad del festival, los planes financieros deben ajustarse a los objetivos del evento para poder cumplirlos en la medida de lo posible. Algunos de los costes a considerar incluyen: los gastos en marketing y diseño como impresión y publicidad del evento, el transporte de mercancías, la estructura en la que se aloja y se realiza el festival, asientos o lugares de descanso para el público si fuese necesario, comida y bebida, equipos audiovisuales y su respectivo coste de producción, seguridad como podría ser un cuerpo de policías, zona de primeros auxilios y sus sanitarios y también considerar los posibles costes en caso de imprevisto.

En el caso de que la institucionalidad del evento sea de administraciones públicas,

estos gastos y los recursos necesarios serán aportados por ellas. Aún así, tanto sea público o privado, muchos festivales intentan captar recursos procedentes del patrocinio empresarial. De hecho, los festivales que generan un mayor impacto mediático y atraen a un público numeroso tienen más facilidad para obtener financiamiento de fuentes no gubernamentales (Bonet, 2011). Aparte de esta opción, que ayuda a los patrocinadores a tener una buena imagen pública en este tipo de festivales exitosos, otra de las formas de generar y recaudar fondos para el evento es a través de la venta de entradas. Son sobre todo los grandes festivales de música que aprovechan este recurso para financiar la realización y organización de estos. Según expertos, la opinión generalizada de estos es que las entradas gratuitas deberán limitarse a espectáculos al aire libre o en la calle que invite a visualizar las actividades del evento.

Por último, dentro de esta financiación deberá considerarse el presupuesto estimado para el equipo y trabajadores externos que elaboren el festival. Para ello, lo mejor será organizar un equipo de profesionales que ayuden a toda la logística como sería la gestión del lugar, el catering si lo hubiese, la administración de permisos, contratos y seguros y también la gestión de los visitantes en el caso de que fuese necesario acomodarlos y registrar su asistencia. Además se necesitarán otros expertos que organicen las actividades así como un equipo de publicidad que las promocióne a través de una página web, presencia en redes sociales, la programación impresa y otros tipos de promociones.



Festival de Avignon en Francia (2020). Culture Trip

Es ostensible que la realización de un festival requiere de un arduo y tedioso trabajo que de manera minuciosa y precisa podrá llevarse a cabo por medio del desarrollo y planificación de todos los apartados nombrados anteriormente. Debido a su alto nivel de complejidad, será por tanto preciso tener un equipo capacitado para todas estas tareas. Aún así, cabe destacar otros aspectos para el desarrollo de un festival que se consideran claves para su diferenciación como es el proyecto artístico, que se explicará más detenidamente a continuación.

El proyecto artístico de un festival

Tradicionalmente, las artes estaban relacionadas con la música clásica, la ópera, el ballet, las artes plásticas y también escénicas. Sin embargo, hoy en día, a pesar de incluir las dichas, se ha expandido ese término relacionándolo también con la danza contemporánea o el cine. De hecho, el programa artístico de cualquier festival cultural incluye alguna de estas diversas ramas de lo artístico (Festival and Events Management, 2004).

El proyecto artístico de un festival hace referencia principalmente a su programación. Las actividades varían ampliamente entre unos y otros, pero la clave para su diseño es la coherencia de estas dentro del tiempo y espacio elegidos para su desarrollo. Existen festivales que incluyen exposiciones, talleres, entregas de premios o incluso competiciones, entre otros. Aún así, la calidad del conjunto es también determinante. También cabe considerar que la publicidad y marketing para promocionar el festival será clave para el éxito del mismo.

Podría decirse que la propuesta artística es el alma del festival y el elemento diferenciador. Por ello, los objetivos y los recursos disponibles han de ser considerados en este apartado, para que el progreso sea adecuado y no incongruente o pretencioso. Asimismo, conviene enfatizar en la idea que el éxito del festival no se sostiene sobre un gran número de espectáculos de calidad. Uno de los objetivos a considerar dentro de la programación artística es la inclusión de otro tipo de actividades que aporten dinamismo y variedad al festival. Por consiguiente, ha de pensarse que

en la propuesta será decisivo incluir exposiciones, encuentros profesionales, cursos, actividades, entregas de premios, etc (Bonet, 2011). Con ellas, se enriquece la experiencia de los visitantes, se obtiene mayor difusión, se mejora y posiciona la imagen del festival y se singulariza la programación frente a otros festivales de la misma categoría.

Con respecto a la programación, hay que buscar el balance entre los espectáculos y otras actividades, saber colocar de manera equilibrada los eventos con mayor afluencia y, en general, realizar un proyecto atractivo para el público objetivo. Por esto, no existen unas reglas o criterios que determinen los pasos a seguir para crear una programación triunfante y, por tanto, un festival que también lo sea. En realidad, todo depende de los objetivos marcados en el proyecto artístico y la tipología del festival.

La estrategia de imagen y comunicación

Entrada al Festival Internacional de Arte Contemporáneo (FIAC) de París (2019) Artnet



Partiendo de la singularidad del evento con una programación coherente dentro del tiempo y el espacio elegido para el desarrollo de este, la comunicación del mismo se sustenta precisamente en esta excepcionalidad.

Como se ha explicado anteriormente, hay muchos factores que condicionan el desarrollo del festival por lo que, en consecuencia, la estrategia de imagen y comunicación también se verá restringida. El territorio, la institucionalidad, el presupuesto y la proyección artística deberán ser definidas previo a la decisión de la estrategia. Esta sin duda pretende posicionar a una escala nacional o internacional la marca e imagen del festival, y al mismo tiempo atraer un público objetivo bien definido, siendo este determinante. Por ello, los canales y acciones de comunicación variarán dependiendo de los visitantes a los que se desee llegar.

Como consecuencia de la realización de un festival y su respectiva comunicación, la propia imagen del territorio donde se desarrolle se ve favorecida. Ante esto, en los últimos años ha surgido un nuevo término dentro del marketing, llamado marketing territorial. El impacto de un festival sobre la mejora de la imagen de la ciudad se ve definida por estrategias de este nuevo término (Selkani, 2019). Ciudades alrededor del mundo parecen incorporar tácticas de marketing que anteriormente se limitaban al entorno empresarial para posicionarse en un nivel deseable por diferentes grupos de población. Con ello, los festivales de manifestación artística parecen ser una buena forma de posicionar la imagen de una ciudad.

En las últimas décadas el marketing ha evolucionado y se ha centrado en el bienestar de los ciudadanos posicionando a estos como el centro de su actividad. De esta forma, se busca la oferta y la calidad de nuevos servicios que podrían ser positivos para ellos. Por ello, los eventos y festivales han sido una buena forma de mejorar la calidad de vida de los residentes además de ser un buen atractivo para los turistas o visitantes. Actualmente componen uno de los formatos dominantes del paisaje cultural de la ciudad (Morales Pérez & Pacheco Bernal, 2017).

El festival y la ciudad

En continuación con el punto anterior, el festival y su desarrollo forma parte de las estrategias para posicionar y mejorar la imagen de la ciudad. Las administraciones públicas han tomado un papel clave para la realización de estos eventos, tanto por ser las organizadoras o por la implantación de políticas culturales que fomentan su creación. Además, para ser capaces de desarrollarlas es vital una planificación a nivel territorial, económico y social tanto para el presente como para el futuro (Sekani, 2019). Es sobre todo primordial este enfoque para pequeñas y medianas ciudades donde los festivales pueden ser la vía para generar riquezas e ingresos económicos así como un desarrollo de las comunidades gracias al turismo que atraen (Morales Pérez & Pacheco Bernal, 2017).

Si los festivales culturales son de carácter público, tienen un papel muy significativo en la vida cotidiana de las ciudades y de sus habitantes. A través de la atribución de los espacios públicos, se favorece la redefinición, el redescubrimiento y la ampliación de la vida social de los residentes y de los significados asociados a esos lugares (Stevens & Shin, 2014). Estos espacios redefinidos crean experiencias colectivas que irrumpen esa normalidad y monotonía característica en la vida diaria de los habitantes.

Es preciso considerar que la relación entre festival y ciudad altera el concepto de ambos indistintamente. La ciudad en los festivales o los festivales en la ciudad parece ser una relación dialógica que no tiene por qué considerarse efímera (Morales

Pérez & Pacheco Bernal, 2017). El paso de un festival por un espacio público de la ciudad supone un antes y un después en la percepción de la misma así como el propio evento se ve condicionado por el lugar espacial que ocupe. Además, la relación de las personas con el espacio se puede ver condicionado por los festivales a la vez que los propios visitantes dan forma y definen el evento. Por tanto, nace un nuevo paradigma espacial que reflexiona sobre la construcción del espacio a través de la relación con este medio y no como un mero lugar donde suceden fenómenos (Villarino, 2012).

Con lo dicho, se confirma que los lugares tienen “vida” al transformarse con su uso, y son “las prácticas, las acciones y las interacciones sociales los elementos que pueden dibujar un nuevo significado del espacio” (Morales Pérez & Pacheco Bernal, 2017).

The sultan's Elephant en Londres (s. f.). The Dots



Estudio de casos

Internacional

A nivel global cabe destacar el **festival internacional de Edimburgo**, uno de los más prestigiosos y destacados festivales del mundo. Se celebra de manera anual en esta ciudad de la región escocesa desde el año 1947. Se estableció como un evento cultural con la intención de reunir artistas y visitantes internacionales en una sola ciudad para promover el arte y la cultura en todas sus expresiones. Con más de 70 años de trayectoria, continúa fortaleciéndose como uno de los principales festivales.

Durante tres semanas del mes de agosto, Edimburgo se transforma. La música, el teatro, la danza, la ópera y las artes plásticas toman las calles convirtiendo a la ciudad en una celebración y punto de encuentro anual para personas de cualquier parte del mundo (Edinburgh International Festival, 2023). Destaca además gracias a su programación de alta calidad que contiene una gran diversidad de actividades como producciones teatrales de vanguardia, actuaciones musicales, exposiciones de arte contemporáneo, conferencias, eventos educativos para todos los públicos...

Los principales objetivos del festival internacional de Edimburgo descritos en su página web son presentar una amplia variedad de actuaciones artísticas por los artistas más relevantes del momento a la mayor audiencia posible que sean asequibles y pongan en valor la rica cultura de Escocia. Además de presentar actuaciones innovadoras en una programación de alta calidad comprometida con las

nuevas creaciones a parte de animar al público a participar en las artes durante todo el año (Edinburgh International Festival, 2023).

Gracias a su variada programación, enfoque innovador y atmósfera festiva, el festival se ha establecido como una destacada plataforma para la creatividad y una vibrante celebración de la cultura en todas sus manifestaciones.

Otro célebre festival de alta categoría es el **festival de Avignon**, en Francia. Fue fundado en 1947, mismo año que el de Edimburgo, por Jean Vilar, un reconocido director de teatro francés. En propias palabras del fundador, el objetivo del festival es “proporcionar al teatro y al arte colectivo algo más que espacios cerrados; reconciliar la arquitectura y la poesía dramática”(Jean Vilar, s.f.).

Durante el mes de julio, Aviñón se convierte en una “ciudad-teatro” (The Festival d’Avignon, s. f.) transformando su arquitectura tradicional en diversos escenarios por las calles de la ciudad para acoger a amantes de las artes, principalmente escénicas, de todas partes del mundo.

El principal foco de la programación del festival de Aviñón es el teatro pero también cuenta con otras manifestaciones artísticas como la música y la danza. Además, durante ese mes de julio, a parte de los emocionantes espectáculos, también se incluye lecturas, exposiciones, películas y debates de artistas y grupos invitados



Escenario del Festival Internacional de Edimburgo (2022) Reviewsphere



Espectáculo del Festival Internacional de Edimburgo (s. f.) Edinburgh Festival City



Building Bridges de Lorenzo Quinn en la Biennale de Venecia (2019). Traveler

que permiten el intercambio de ideas entre profesionales de las artes y el propio público. En total, el festival ofrece alrededor de 45 espectáculos de Francia y del extranjero, con un total de aproximadamente 300 representaciones y más de 400 eventos, que incluyen esas otras actividades.

Otro referente a mencionar es el **festival de Salzburgo** en Austria que tiene un variado programa de ópera, música y teatro. Sin embargo, se centra principalmente en la música clásica, ofreciendo una amplia gama de conciertos sinfónicos, música de cámara y recitales de renombrados artistas y orquestas nacionales e internacionales.

Para la edición de este año 2023 que se celebrará entre el 20 de julio al 31 de agosto, se presentan 179 presentaciones en 43 días y en 15 ubicaciones entre los que destaca Las bodas de Figaro de Mozart, conciertos de música clásica brindados por la Filarmónica de Viena y la obra de teatro Jedermann de Hugo von Hofmannsthal (Salzburg.info, s. f.).

Conviene también resaltar un referente a nivel mundial: la **Bienal de Venecia**. Se conoce popularmente como la Exposición Internacional de Arte de Venecia donde su mayor foco y por lo que mundialmente se le conoce, es el arte contemporáneo. Aún así bianualmente se organiza la exposición internacional de arquitectura, el festival de teatro, el festival de danza y música contemporánea y el festival internacional de cine de Venecia.

La Bienal de Arte de Venecia fue fundada en 1895 y ha sido recientemente reconocida como la líder mundial en exposiciones de arte contemporáneo (La Biennale di Venezia, s. f.). La importancia y el renombre de esta radica en su capacidad para estimular y fomentar el diálogo artístico entre visitantes y artistas, poner en valor las nuevas tendencias en el mundo del arte a la vez que se brinda una plataforma con exposición mundial para los artistas participantes.

Se extiende por diversos lugares de la ciudad italiana entre los que destacan los pabellones históricos en los Jardines de la Bienal, el Arsenal y otros espacios culturales de la ciudad.

ARCOMadrid (s. f.) Ifema Madrid



Nacional

A nivel nacional en España destacan distintos festivales culturales que se centran exclusivamente en una manifestación artística como sería el arte, el teatro, la música, el cine y la danza. A continuación se exponen algunos ejemplos de ellos.

Comenzando con la feria de arte contemporáneo más importante a nivel nacional, se destaca **ARCOMadrid**. Constituye una de las principales plataformas del mercado del arte celebrada cada año durante el mes de febrero en la capital española. La primera edición de esta feria fue en 1985 bajo el objetivo de reunir en un mismo espacio una amplia oferta artística que fuese desde las vanguardias históricas hasta el arte contemporáneo. De esta manera, ARCOMadrid ha logrado reunir bajo un mismo techo, el recinto ferial de IFEMA, las obras más relevantes de pintura, escultura, fotografía y otros medios audiovisuales tanto de galerías nacionales e internacionales como de nuevos artistas emergentes.

La feria dura alrededor de una semana, este año 2023 fue desde el 22 al 26 de febrero. La primera parte de la feria está dedicada única y exclusivamente a profesionales mientras que el fin de semana, a partir de las 15:00h abre sus puertas para todos los públicos. La zona de exposiciones y galería de arte se une a otras actividades como conferencias, exposiciones, debates, mesas redondas y presentaciones que convierten a ARCOMadrid en un referente nacional y mundial dentro del arte contemporáneo.

Continuando con otro festival de renombre dentro del panorama español, cabe subrayar al **Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro**. Desde 1978, ha supuesto un encuentro singular y único en nuestro país gracias a su proyección artística en cada una de sus ediciones y el mayor escaparate de creación escénica inspirada en el Siglo de Oro (Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro, 2023).

Durante casi un mes, la ciudad de Almagro, situada en la comunidad de Castilla La Mancha, convierte sus calles, plazas y otros singulares espacios en un escenario donde reina las artes en vivo.

Uno de los grandes festivales de cine de nuestro país con reconocimiento a nivel global se celebra en la ciudad de San Sebastián, en el norte de España. El **festival internacional de cine de San Sebastián**, también abreviado como SIFF, se centra en tres áreas bien diferenciadas:

- La exposición y visionado de películas que consta de un total de 200 seleccionadas y divididas en diferentes secciones (seis secciones competitivas y siete no competitivas)
- La sección llamada films-to-be está dirigida principalmente a profesionales del mundo cinematográfico y promueve futuros proyectos, algunos en desarrollo y otros que están en las primeras etapas de pre-producción

- Por último, la otra área dentro del festival es el pensamiento y debate. Descrito por el propio festival de San Sebastián como “un paraguas que agrupa actividades que promueven el diálogo sobre el cine desde la perspectiva industrial, creativa y formativa y programas que generan oportunidades de acuerdos y negocio para creadores, productores y distribuidores” (Festival de San Sebastián, s. f.).

Desde su primera edición en 1952 hasta ahora, ha sido protagonista de grandes momentos del mundo del cine como con el estreno internacional de *Vértigo* de Alfred Hitchcock o el estreno a nivel europeo del primer título de la saga de Star Wars. Este año celebrará su 71ª edición del 22 al 30 de septiembre con el actor Javier Bardem como principal protagonista.

Con respecto a festivales de música, en España se celebran, sobre todo a lo largo del verano, algunos de los festivales más destacados como, por ejemplo, el **Primavera Sound**.

El festival reúne a artistas de diferentes géneros musicales, desde el indie hasta el rock, aunque es mayormente conocido por traer a importantes músicos del pop internacional y electrónica. Su primera edición fue en el 2001 en Barcelona pero debido a su popularidad en los últimos años se ha ido expandiendo a otros lugares del mundo como Madrid, Oporto, Buenos Aires, Sao Paulo, Bogotá, Asunción y Benidorm.

En Barcelona se celebra en Parc del Forum, este año del 29 de mayo al 4 de junio, y contó con la participación de artistas como Kendrick Lamar, Depeche Mode, Rosalía, Calvin Harris y muchos otros. Dentro del propio recinto se destinan varias zonas con una amplia oferta gastronómica y áreas de descanso.

Como cualquiera de los otros festivales nombrados, Primavera Sound también cuenta con una programación extensa que no se limita a los conciertos en vivo, incluyendo actividades, charlas y conferencias. De esta forma, se ha convertido en una cita imprescindible para los amantes de la música ayudando a Barcelona a posicionarse como uno de los referentes en festivales a nivel global.

Por último, el festival internacional de danza contemporánea de Madrid es uno de los eventos más importantes de este ámbito. También puede referirse a él como **Festival Madrid en Danza**, que justo este año celebra su 38ª edición.

Durante casi un mes, este año específicamente es del 13 de mayo al 11 de junio, la capital española acoge un total de 20 espectáculos de los cuales, 14 serán estrenos exclusivos. Los significativos objetivos de este festival son poner en valor la contemporaneidad y la vanguardia de la danza “mostrando el trabajo de compañías nacionales e internacionales, grandes y pequeñas, consagradas y noveles” (Festival Madrid en Danza 2023 de la Comunidad de Madrid, s. f.).

Primavera Sound (2022). Al Día News



Festival MasDanza (2023) Facebook



Local

A nivel local y regional, existen diferentes festivales culturales de gran valor y de alta calidad como el festival MasDanza o TEMUDAS, celebrados ambos en Gran Canaria, y el festival internacional de música de Canarias.

El **festival MasDanza**, también conocido como el festival internacional de danza contemporánea de Canarias fue fundado en 1996 por la bailarina y coreógrafa Natalia Medina. Nació con el objetivo de dar a conocer la danza contemporánea en las islas además de intentar ser una plataforma para compañías y artistas locales, nacionales e internacionales.

El evento se divide en dos certámenes con sus respectivos premios: el certamen de coreógrafos y el de solos. Además de la oportunidad de ganar alguno de los premios, a través de los convenios de colaboración, también se proporciona la opción para los artistas participantes de ser seleccionados para residencias artísticas, actuaciones y colaboraciones.

Por otro lado, tenemos el **festival TEMUDAS**, cuyo significado hace referencia a “teatro”, “música” y “danza”. Es, por tanto, el festival de teatro, música y danza de Canarias que se celebra, al igual que MasDanza, en la isla de Gran Canaria.

Cuenta con un variado programa de actividades y espectáculos relacionados con esas manifestaciones artísticas incluyendo la participación de artistas nacionales y locales

con la intención de dar a conocer su arte y la cultura de nuestro país. En el año 2022, celebró su vigésimo séptima edición con un programa muy rico en eventos entre los que destacó el estreno de cuatro montajes de sello canario de diferentes disciplinas. Por medio de TEMUDAS, se pretende brindar una oportunidad a las promesas del mundo de las artes escénicas en las islas además de dejar latente el compromiso por la creación artística isleña.

Finalmente, uno de los festivales más sobresalientes de las islas es el **festival internacional de música de Canarias** que se celebra tanto en Santa Cruz de Tenerife como en Las Palmas de Gran Canaria. Además del desarrollo en las capitales de provincias, durante los meses de enero y febrero que dura el festival también se producen una serie de conciertos en algunas de las otras islas del archipiélago.

Este año celebró la 39ª edición con las increíbles cifras de sesenta conciertos, ocho grandes orquestas, destacadas batutas, solistas, músicos de cámara y partituras de todas las épocas (Festival Internacional de música de Canarias, s. f.). Entre los artistas más destacados cabe nombrar la invitada orquesta sinfónica de Kiev junto a las dos residentes, la Sinfónica de Tenerife y la Filarmónica de Gran Canaria.

A1.5

Análisis de referentes

Introducción

El análisis de las marcas gráficas del mercado examina y comprende los elementos visuales que componen una marca o logotipo. Para ello, se descompone y estudia los diferentes aspectos y características de la identidad visual de una marca con la intención de comprender su significado, efectividad y coherencia. Entre esos aspectos a estudiar deberán definirse el color, la tipografía, la composición y otros elementos visuales que puedan llegar a estar presentes en el diseño.

El objetivo de este análisis es entender la manera en que estos elementos se unen y se relacionan entre sí para comunicar un mensaje o reflejar la identidad de la marca. Además, contribuye a reconocer las fortalezas y debilidades del diseño con respecto a sus valores y público objetivo, obteniendo la información necesaria para comprender la efectividad de esta. Al fin y al cabo, gracias a este análisis se logra entender el posicionamiento de la marca con respecto a sus posibles competidores.

Se ha realizado este estudio con los festivales más importantes tanto local, nacional e internacionalmente divididos en cuatro grandes grupos:

1. Festival de arte o ferias
2. Festival de música
3. Festival de danza
4. Festival de teatro

Con esto se pretende estudiar y comprender las diferencias gráficas entre ellas para hallar un punto intermedio que permita desarrollar la identidad visual de este proyecto.

Como se verá a continuación, se ha realizado una tabla que analiza brevemente el logotipo de la marca además de las aplicaciones en cartelería, página web, redes sociales, publicidad e inclusive su aplicación en el propio espacio del festival.

Festivales o ferias de arte

Primeramente se realizó un análisis de tres ferias de arte distintas. Principalmente se observa que las dichas siguen una línea bastante sencilla y plana donde los colores que priman son el blanco y negro combinado con otro que acentúa las aplicaciones de la marca pero siempre manteniendo cierto minimalismo.

Debido a su público objetivo de expertos y profesionales del arte, tanto nacional como internacional, se pretende mantener una línea gráfica que concuerde con esa profesionalidad y seriedad.

Las ferias de arte analizadas son las tres siguientes:

A1

ARCO Madrid

Feria Internacional de Arte Contemporáneo de Madrid



AR
CO
Madrid

A2

FIA Barcelona

Feria Internacional de Arte de Barcelona



FIA
BCN

A3

FIAC París

Feria Internacional de Arte Contemporáneo de París



fiac!

ARCO

Madrid

Nombre:
ARCO Madrid

Breve descripción:
Feria Internacional de Arte Contemporáneo de Madrid

Tipología de marca:
Logotipo

Tipografía

Estilo: **Sans-serif** Peso: **Regular**

Color

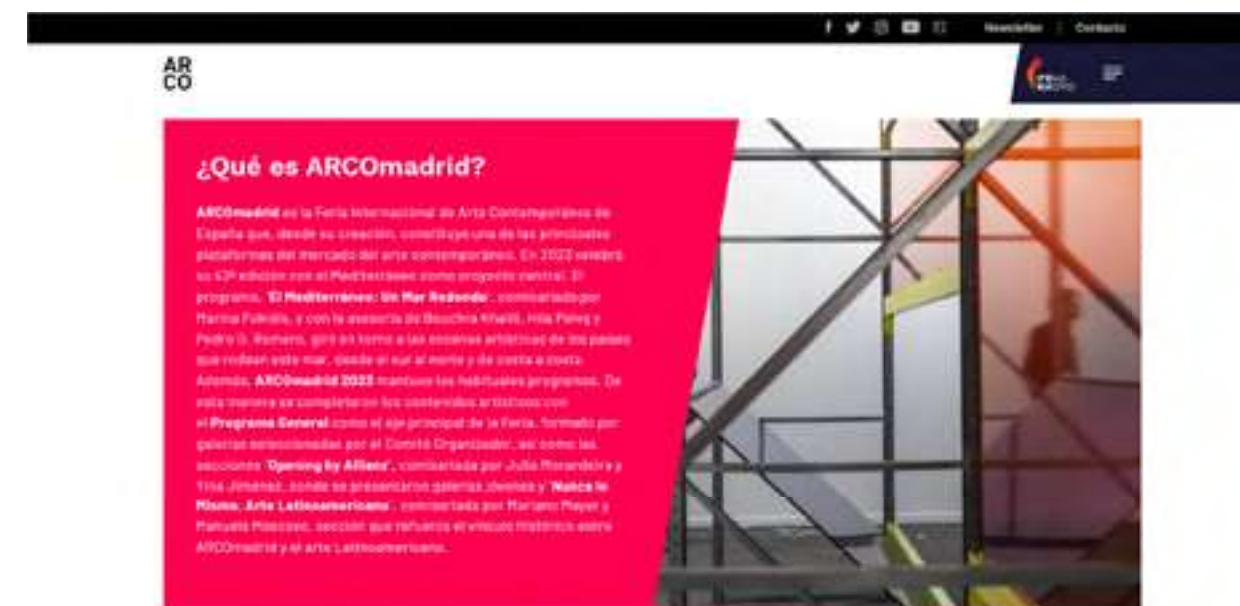
 Gama: **Fríos**

 Negro Tipo: **Monocromático**

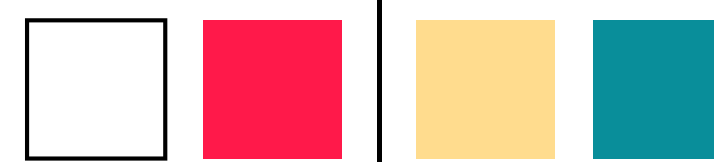
Otras características

Sencillo
Plano
Horizontal
Equilibrado

Aplicaciones de la marca



Color



Tipografía

Sans-serif

Línea gráfica sencilla en concordancia con el logotipo. Sus aplicaciones en carteles y página web así como en el espacio del propio museo utilizan un rosa rojizo acompañado del blanco y el negro como principales colores corporativos. Además, por cada edición se combina la paleta principal con una secundaria como puede ser el amarillo o el azul. Se consigue gran contraste con la paleta cromática. La tipografía continúa siendo sans-serif combinada en diferentes pesos en las aplicaciones de la marca. Composición minimalista y sencilla con grandes bloques de color.

FIA BCN

Nombre:
FIA Barcelona

Breve descripción:
Feria Internacional de Arte de Barcelona

Tipología de marca:
Logotipo

Tipografía

Estilo: **Sans-serif** Peso: **Bold**

Color



Negro

Gama:
Fríos

Tipo:
Monocromático

Aplicaciones de la marca

**FIA
BCN**
FIRA INTERNACIONAL
D'ART DE BARCELONA
24-25 NOVEMBRE 2023

**FIA
BCN**
FIRA INTERNACIONAL
D'ART DE BARCELONA
04-05 NOVEMBRE 2022

DIVENDRES 04 NOV. de 18 - 21 h
OPENING FIABCN
AMB INVITACIÓ / TICKET

DISSABTE 05 NOV. de 10 - 18 h
OBERT AL PÚBLIC
ENTRADA GRATUITA

MUSEU MARÍTIM DE BARCELONA (SALA GRAN)



Otras características

Sencillo
Plano
Vertical
Equilibrado

Color



Tipografía **Sans-serif**

Línea gráfica sencilla en concordancia con el logotipo. Sus aplicaciones en carteles y página web así como en el espacio del propio museo utilizan el blanco principalmente. Junto con este color, cada edición de la feria varía el otro principal siendo la edición pasada un verde agua. La tipografía continúa siendo sans-serif combinada en diferentes pesos en las aplicaciones de la marca.



Aplicaciones de la marca

Nombre:
FIAC París

Breve descripción:
Feria Internacional de Arte Contemporáneo de París

Tipología de marca:
Logotipo con fondo

Tipografía

Estilo: **Serif** Peso: **Regular**

Color



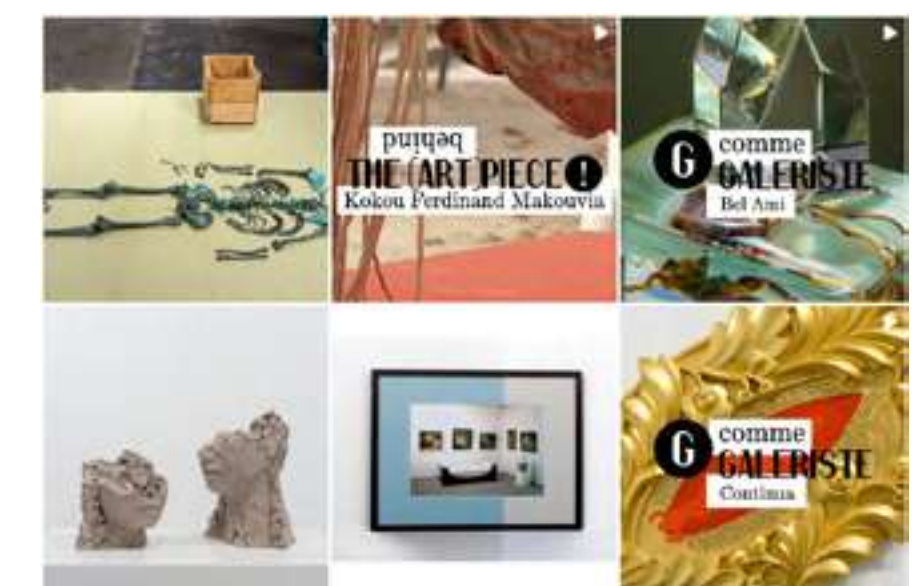
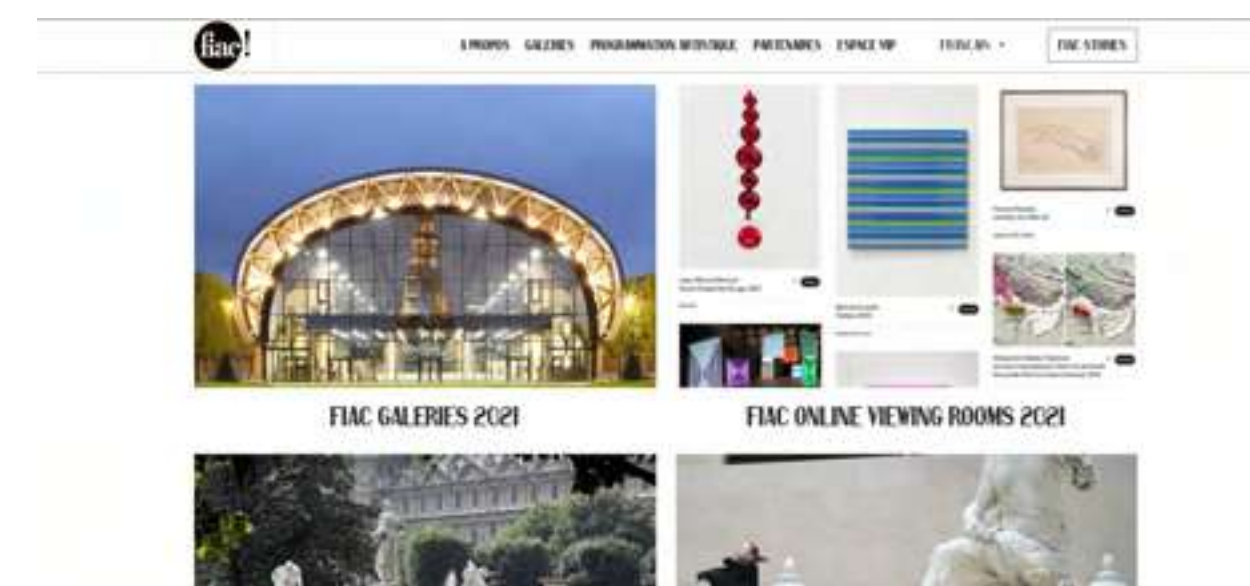
Negro



Blanco

Gama:
Fríos

Tipo:
Monocromático



Otras características

Sencillo
Plano
Horizontal
Equilibrado

Color



Tipografía **Serif y sans-serif**

Línea gráfica sencilla en concordancia con el logotipo. Sus aplicaciones en carteles, página web y redes sociales mantiene el uso del blanco y el negro. Con ello consiguen que las imágenes escogidas destaquen gracias a los altos contrastes de color que las caracterizan.

La tipografía es con serifa para títulos y otros usos, como en los carteles, pero para texto continuo optan por una sans-serif. Los carteles son simples con un alto impacto visual gracias a las llamativas fotografías. El logo suele colocarse en la zona central del cartel con el texto explicativo a su alrededor.

Festivales de música

Se realizó un análisis de tres festivales de música distintos, uno internacional, otro nacional y, por último, regional.

A primera instancia se observa que, en general, todas siguen una línea gráfica bastante llamativa con colores vibrantes tanto para su logotipo como para las aplicaciones de la marca. Son sobretodo en su cartelería donde puede observarse el uso del color y de la tipografía, que esta varía bastante entre festival y festival aunque con una visible preferencia por la sans-serif en texto de lectura corrida.

Su público objetivo son principalmente jóvenes que disfrutan de la música en vivo, de la interacción social y la expresión creativa, por ello, no es de extrañar que se use un diseño llamativo y enérgico. Con esto logran transmitir esa experiencia festiva y veraniega que ofrecen.

Los festivales de música analizados son los tres siguientes:

A1

Coachella

Festival de Música y Artes de Coachella Valley



A2

Arenal Sound

Festival de música independiente en Castellón



A3

Sunblast

Festival de música en Tenerife



COACHELLA
COACHELLA VALLEY MUSIC AND ARTS FESTIVAL

Nombre:
Coachella

Breve descripción:
**Festival de Música y Artes de
Coachella Valley**

Tipología de marca:
Logotipo

Tipografía

Estilo: **Manuscrito** Peso: **Regular**

Color



Negro

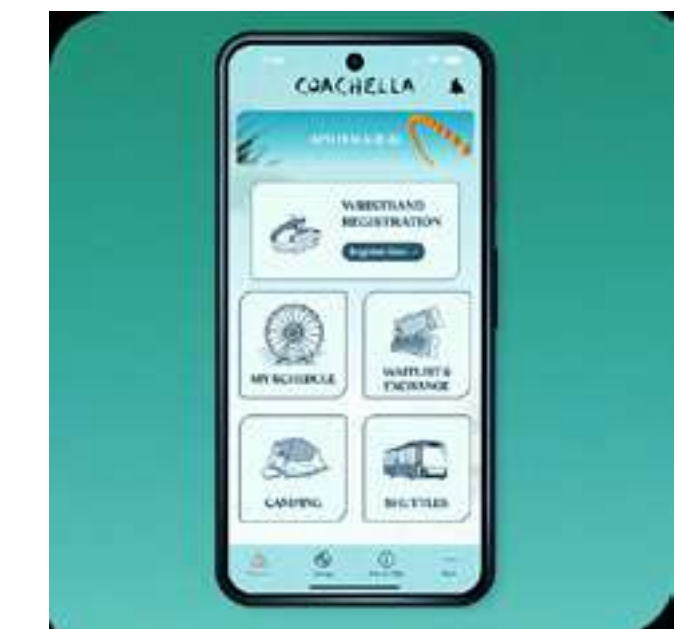
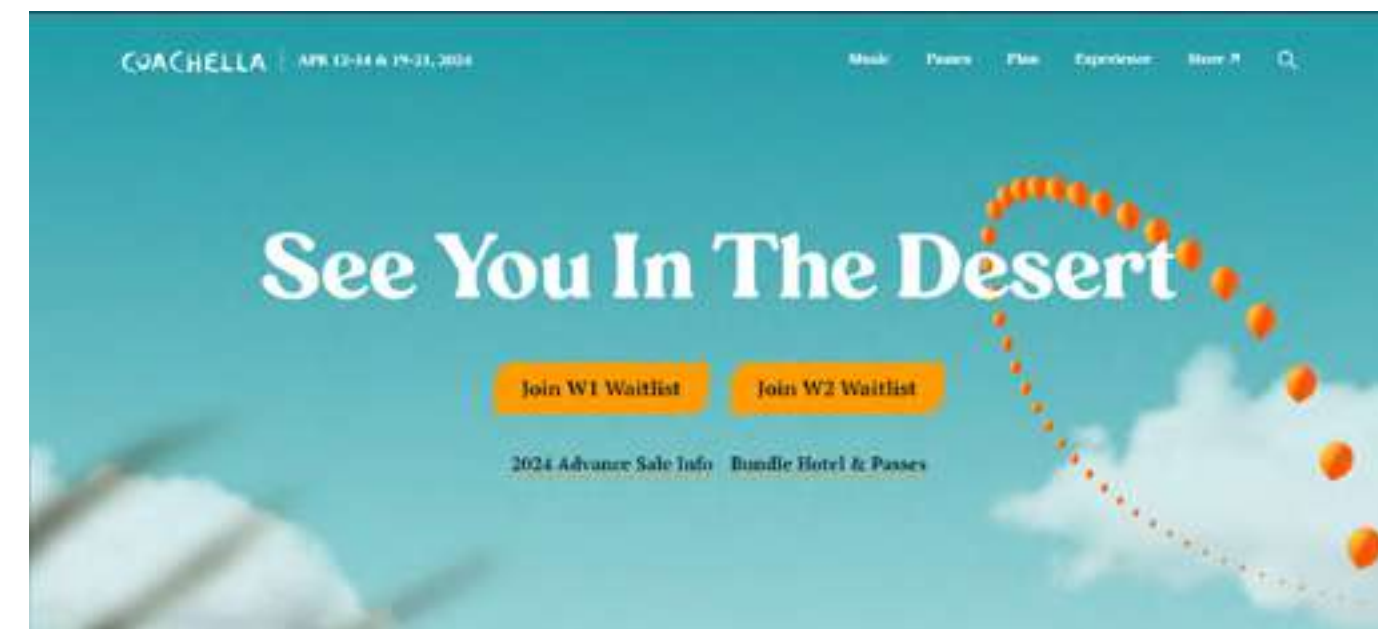
Gama:
Fríos

Tipo:
Monocromático

Otras características

Sencillo
Plano
Horizontal
Equilibrado

Aplicaciones de la marca



Color



Tipografía **Serif y sans-serif**

Línea gráfica llamativa gracias al uso de imágenes e ilustraciones que presentan el paisaje del desierto de Indio, California, donde se realiza el festival. El desierto se convierte en un elemento identificador del festival. El color usado es principalmente el negro y el blanco en el texto pero para destacar cierta información se utilizan amarillos o naranjas que van en concordancia con la temática del cartel principal del festival. Para las redes sociales, app y página web se usa un degradado de azul que se asemeja al cielo. La tipografía varía en sus diferentes aplicaciones: la manuscrita del logotipo se reserva para este uso exclusivo mientras que para títulos e información relevante se alterna entre serif y sans-serif. La composición o estructura compositiva de los carteles se mantiene igual en toda sus ediciones.

ARENALSOUND

Nombre:
Coachella

Breve descripción:
Festival de música independiente en Castellón

Tipología de marca:
Logotipo

Tipografía

Estilo: Sans-serif Peso: Regular

Color

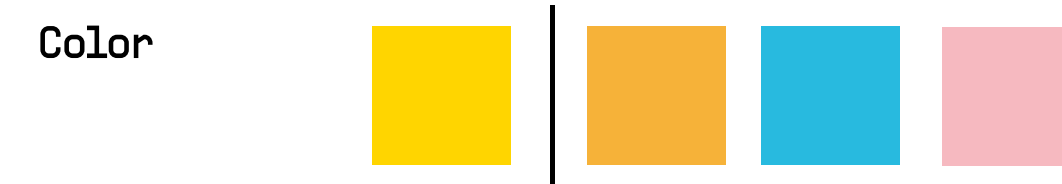
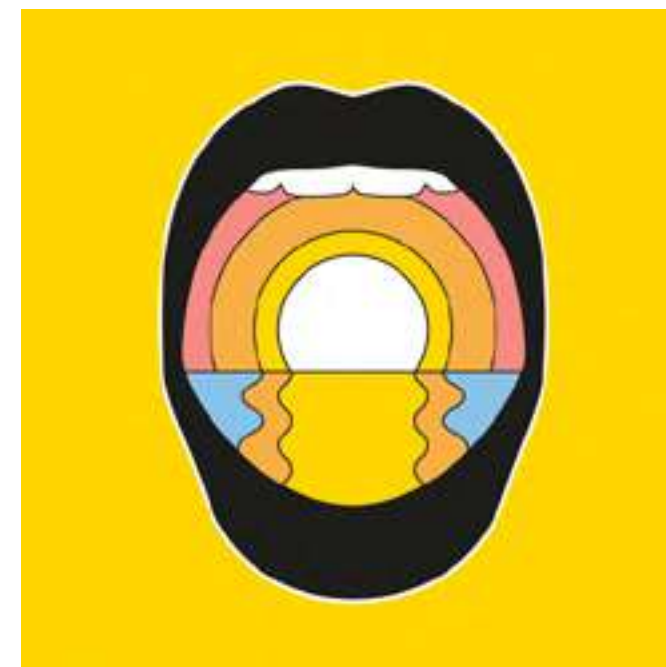
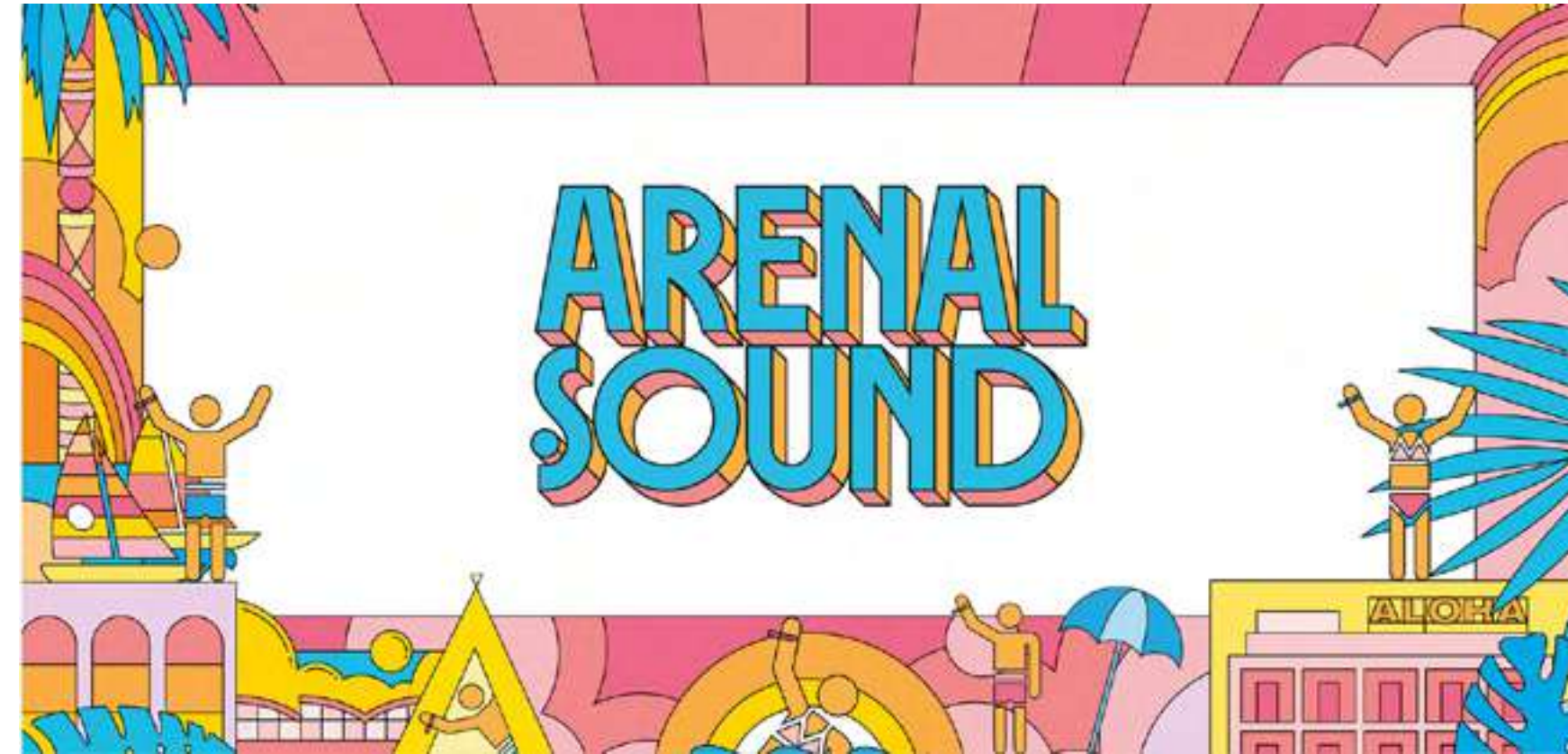


Gama: Cálidos
Tipo: Tríada

Otras características

Tridimensional
Colorido
Horizontal
Con contorno

Aplicaciones de la marca



Tipografía Sans-serif

Línea gráfica llamativa y muy colorida. Uso de ilustraciones que varían por cada edición del festival aunque siempre manteniendo temática de verano con palmeras, playas o piscinas, bikinis...
El color más usado es el amarillo pero en diferentes tonalidades dependiendo de la edición. Otros colores de la paleta cromática son el azul, el naranja y el rosa o violeta. Para el texto suele usarse el negro.
La tipografía es siempre sans-serif.
La composición o estructura compositiva de los carteles varía cada año debido a las ilustraciones creadas que lo acompañan.

SUNBLAST

Nombre:
Sunblast

Breve descripción:
Festival de música en Tenerife

Tipología de marca:
Logotipo

Tipografía

Estilo: **Sans-serif** Peso: **Regular**

Color



Rosa

Gama:
Cálidos

Tipo:
Monocromático

Otras características

Moderno
Horizontal
Anguloso

Aplicaciones de la marca



Color



Tipografía **Sans-serif**

Línea gráfica llamativa y muy colorida. Uso de ilustraciones que varían por cada edición del festival incluyendo el propio logotipo. El color rosa corporativo se mantiene en líneas generales en todas las ediciones y lo combinan con otros como el amarillo, el naranja, el azul y el verde.

La tipografía es siempre sans-serif.

La composición o estructura compositiva de los carteles varía cada año debido a las ilustraciones creadas que lo acompañan.

Festivales de danza

Se realizó un análisis de dos festivales de danza distintos, uno a nivel nacional y otro a nivel local.

Ambas siguen una línea gráfica simple donde destaca el nombre del evento pero a nivel gráfico, su enfoque es completamente distinto. En Madrid en Danza se mantiene la estética y estructura compositiva edición tras edición mientras que en el festival MasDanza, cada año cambian su estilo gráfico.

Los festivales de danza analizados son los siguientes:

A1

Madrid en Danza

Festival internacional de danza en Madrid

38º Festival Madrid en Danza Comunidad de Madrid

Del 13 de mayo al 11 de junio de 2023

A2

MasDanza

Festival internacional de danza contemporánea de Canarias



38º Festival Madrid en Danza Comunidad de Madrid

Del 13 de mayo al 11 de junio de 2023

Nombre:
Madrid en Danza

Breve descripción:
Festival internacional de danza en Madrid

Tipología de marca:
Logotipo

Tipografía

Estilo: **Sans-serif** Peso: **Bold**

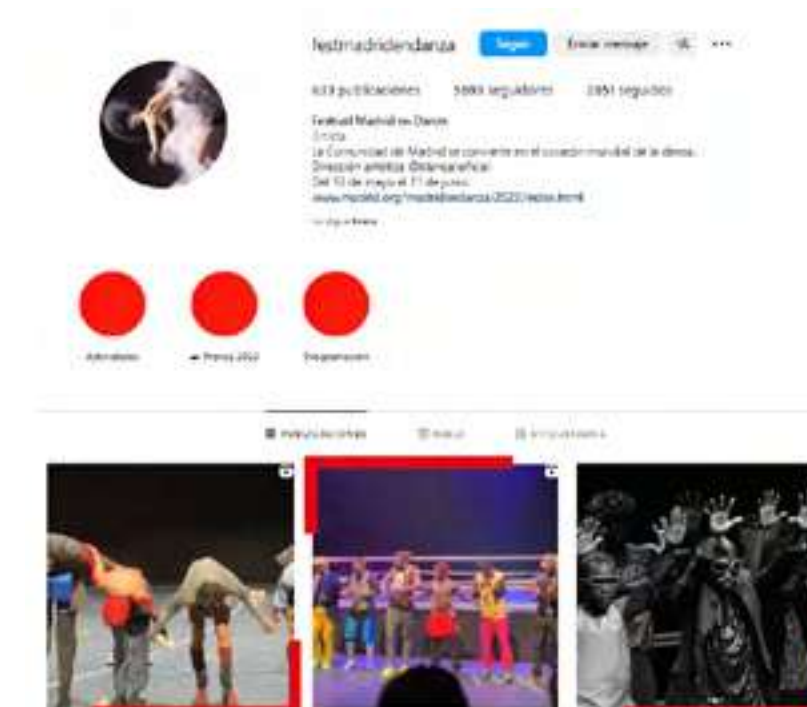
Color

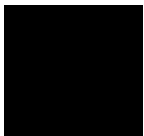


 Negro Gama: **Fríos**
Tipo: **Monocromático**

Otras características

Sencillo
Plano
Horizontal
Equilibrado

Aplicaciones de la marca



Color   

Tipografía **Sans-serif**

Línea gráfica simple en concordancia con el logotipo. Este es meramente tipográfico y se adapta dependiendo de su uso. Los colores corporativos son tres: el negro, el blanco y el rojo. Estos concuerdan con la identidad visual de la Comunidad de Madrid que es quien organiza el festival.

La tipografía es sans-serif tanto en el logotipo como en las aplicaciones de la marca. La composición de los carteles se repite año tras año con muy poca variación entre ellas. La fotografía es el elemento principal y el fondo del cartel. Otros elementos usados son los cuadrados con trazado o bloque de color rojo. El logo de la Comunidad de Madrid se coloca a la derecha, en la esquina inferior.



Nombre:
Masdanza

Breve descripción:
Festival internacional de danza contemporánea de Canarias

Tipología de marca:
Logotipo con símbolo

Tipografía

Estilo: **Caligráfica** Peso: **Regular**

Color



Naranja

Gama: **Cálidos**
Tipo: **Monocromático**

Otras características

Con volumen y degradado
Fluido
Símbolo figurativo
Horizontal

Aplicaciones de la marca



MASDANZA, Festival Internacional de Danza Contemporánea de Canarias [España]
Fundado en 1996 por la bailarina y coreógrafa Natalia Medina, recibió en Enero de 2019, de la Asociación Europea de Festivales, iniciativa de la Unión Europea, el Sello de Calidad EFPE y ha sido nominado para optar al Premio como Mejor Festival Europeo de Danza.



Color **Difiere según la edición**

Tipografía **Sans-serif para texto explicativo**

Línea gráfica muy diversa entre edición y edición. El elemento de unión es el naming del festival.

No hay presencia del logotipo en la cartelería promocional.

Cada año varían bastante la línea gráfica por lo que no hay homogeneidad en las decisiones gráficas y sus elementos. El color y la tipografía es siempre distinto excepto en texto explicativo que suelen utilizar una sans-serif tanto en su página web como en su cartelería.

En sus redes sociales usan el icono del trompo de manera recurrente.

Festivales de teatro

Se realizó un análisis de dos festivales de teatro distintos, uno a nivel internacional y otro a nivel local.

Ambas siguen una línea gráfica simple con la misma paleta corporativa y uso parecidos tipográficos. Los colores que priman son el rojo, el negro y el blanco que puede verse aplicado en la propia imagen visual además de sus respectivas páginas web, cartelería, publicidad y redes sociales.

Los festivales de artes escénicas analizados son los siguientes:

A1

Festival de Avignon

Festival de artes escénicas en Francia



A2

Canarias Artes Escénicas

Festival internacional de artes escénicas en Canarias





Nombre:
Festival de Avignon


Breve descripción:
Festival de artes escénicas en Francia

Tipología de marca:
Logotipo con símbolo

Tipografía

Estilo: **Sans-serif** Peso: **Bold**

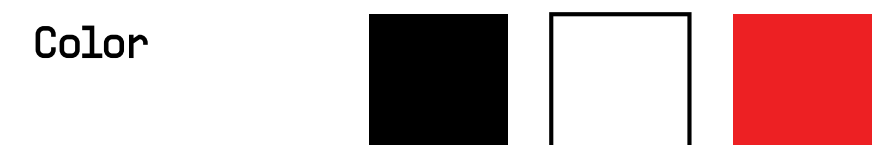
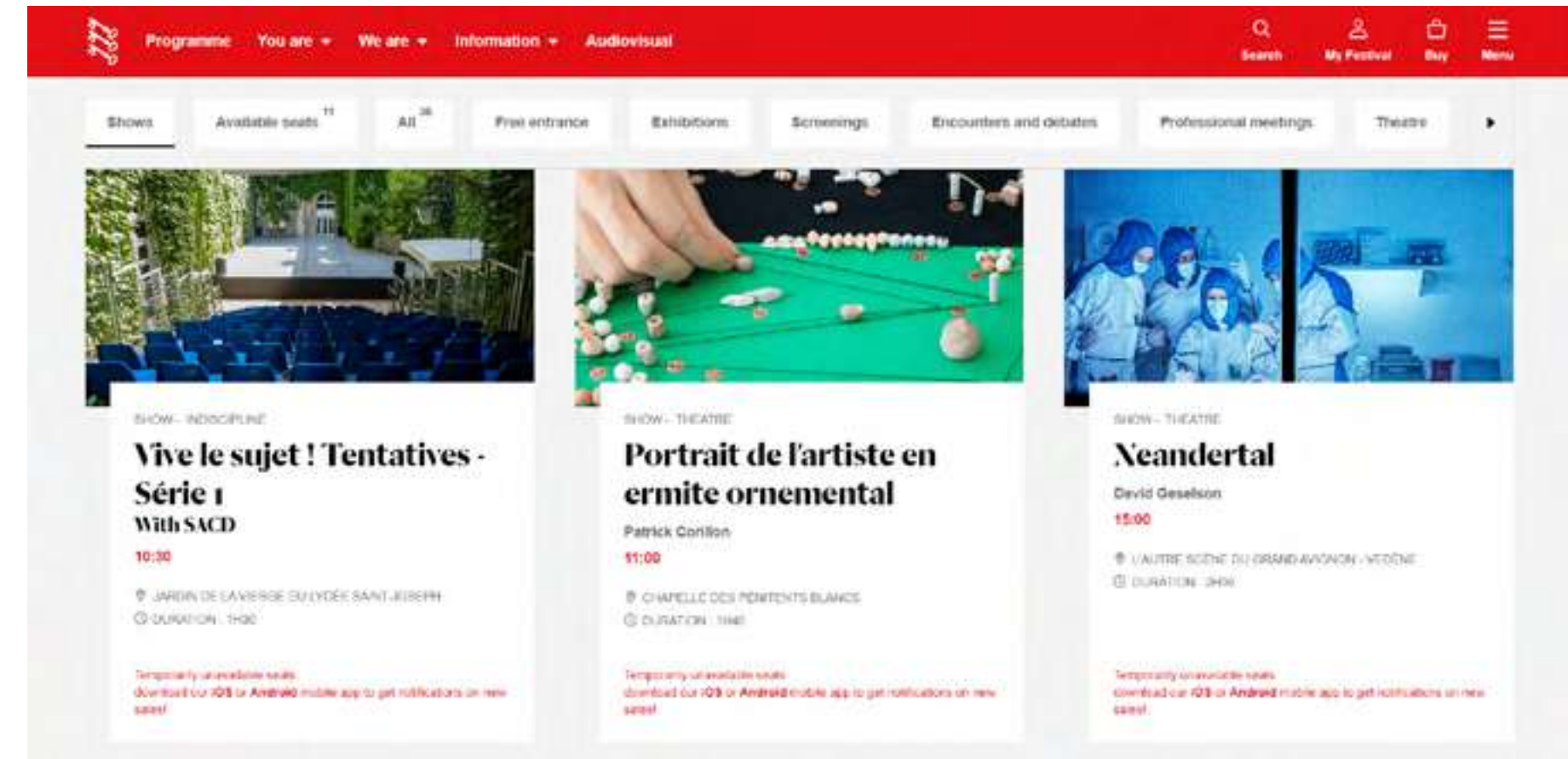
Color

 Gama: **Cálidos**
Rojo Tipo: **Monocromático**

Otras características

Sencillo
Con textura
Cuadrado
Centrado

Aplicaciones de la marca



Tipografía **Sans-serif para texto continuo**
Serif para títulos

Línea gráfica simple en concordancia con el logotipo.
Los colores corporativos son tres: el negro, el blanco y el rojo. Se combinan en las aplicaciones pudiendo encontrar el logotipo en negro, blanco o rojo con la información a destacar también en alguno de estos tres.
La tipografía es sans-serif para el logotipo y texto continuo pero para títulos se utiliza una serif.
La composición de los carteles se repite año tras año con muy poca variación entre ellas. El fondo es siempre una ilustración, una fotografía o un dibujo y se coloca el logotipo en el centro.
La página web sigue la línea gráfica con el uso de la tipografía y paleta cromática corporativos.



Aplicaciones de la marca



CANARIAS ARTES ESCÉNICAS

VI FESTIVAL INTERNACIONAL '23

La Fundación CajaCanarias y la Fundación "la Caixa" presentan la sexta edición del Festival Internacional "Canarias Artes Escénicas" CAE, una iniciativa que se desarrollará, del 10 de marzo al 15 de mayo, en las islas de Tenerife, La Palma, La Gomera, El Hierro, Gran Canaria, Lanzarote y Fuerteventura, con la actuación de seis compañías artísticas de prestigio internacional que desplegarán sus más recientes propuestas escénicas.

[COMPRAR ENTRADAS](#)

Nombre:
Canarias Artes Escénicas

Breve descripción:
Festival internacional de artes escénicas en Canarias

Tipología de marca:
Logosímbolo

Tipografía

Estilo: **Sans-serif** Peso: **Regular y light**

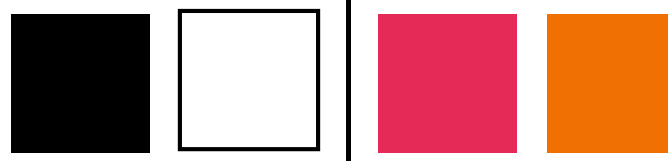
Color

 Gama: **Fríos**



Otras características

Compuesto
Horizontal
Asimétrico
Plano

Color


Tipografía
Sans-serif para texto continuo
Serif para títulos

Línea gráfica simple en concordancia con el logotipo. El negro, el blanco y el rojo se mantienen en las aplicaciones pero dependiendo de la edición, se añade un cuarto color como el rosa o el naranja. El logotipo se combina en las aplicaciones pudiendo encontrarlo en negro, blanco o rojo. La tipografía es sans-serif para el logotipo y texto continuo pero para títulos se utiliza una serif. La composición de los carteles varía cada año pero, en general, el logotipo tiene bastante peso en la composición. También se suelen añadir imágenes de los espectáculos que se interpretarán en el festival. La página web sigue la línea gráfica con el uso de la tipografía y paleta cromática corporativos. Aunque los títulos utilizan una tercera tipografía.

Síntesis del análisis

Como se ha podido observar, a rasgos generales, cada festival varía su línea gráfica dependiendo de su tipología y público objetivo.

Los festivales de arte, danza y teatro suelen seguir una estética similar donde se prioriza la sencillez y el minimalismo de las composiciones. El uso de tipografías sin serifas es bastante recurrente así como el color negro para logotipos y otras aplicaciones que pueda tener la marca. Se ha observado que, además, estos festivales incluyen imágenes a sangre con un gran peso visual mientras mantienen la simpleza del resto de elementos.

Por el contrario, los festivales de música analizados se alejan de esta estética y priorizan el color como medio para hacer más atractivo y llamativo su marca. En los tres estudiados, se recurre a la creación de ilustraciones que acompañan el resto de información relevante del festival como podrían ser los artistas invitados y la programación. Todos ellos tienen logotipos meramente tipográficos pero con una tipografía completamente distinta entre ellos y que mucho se aleja de la sencillez vista de los festivales de arte.

Algo común en todos ellos, es que se usa para texto continuo una tipografía sans-serif y, a grandes rasgos, muchos de ellos utilizan una tipo con serifas para títulos o texto informativo a destacar.

En definitiva, la sencillez de festivales enfocados a un público más profesional y experto no concuerda con el maximalismo de aquellos que se dirigen a un público más joven. Por ello, si se quisiera hacer un festival para todos los públicos y de estas cuatro tipologías diferentes, ha de buscarse el equilibrio entre estas líneas gráficas.

Conclusión

de la fase de investigación

El nomadismo recurrente de estas últimas décadas permite cuestionar el modo de vida de la sociedad a la vez que se reflexiona por el futuro de la misma. Ante un panorama de constante evolución y cambio social, donde las necesidades del ser humano se han visto transformadas, la arquitectura parece ser una vía para paliar con esta metamorfosis.

Frente a este panorama, surge el concepto de “arquitectura efímera” donde se antepone lo fugaz a lo permanente. Bajo este ideal, arte y arquitectura disuelven sus límites para fusionarse y crear espacios momentáneos hallando soluciones en los contenedores de mercancía. Sus diferentes características como su propiedad modular, su fácil y rápido ensamblaje y transporte y su velocidad de construcción han captado la atención de estas dos disciplinas. Gracias a esas singularidades, el contenedor se aleja de su función principal, transformándose y reinventándose. Innumerables son las posibilidades de esta “gran pieza de Lego” que parece tomar protagonismo paulatinamente.

Entre las posibles aplicaciones del contenedor, cabe destacar su viabilidad para ser una vivienda, de atributo más permanente, pero también de un espacio de disfrute y ocio momentáneo capaz de trasladarse a diferentes lugares como una tienda de ropa efímera, una galería de arte o un festival.

El contenedor, entendido desde lo momentáneo, y el festival comparten atributos. Ambos logran que lo efímero cuestione lo perdurable del recuerdo y su capacidad de que una experiencia sea lo suficientemente memorable para aquel que la vive.

Además de ello, debe tenerse en cuenta la carencia de festivales que aunan las diferentes manifestaciones artísticas en Canarias así como la dificultad de hacer llegar a cada una de las islas el programa de un festival. Ante estas presentes problemáticas, es preciso concluir que la posibilidad de generar un espacio por medio de contenedores que, a la vez que alberga el espectáculo, también lo es, constituirá un elemento clave en la creación de un festival.

A2

Fase de desarrollo

A2.1

Fase de ideación
de la identidad visual

Conceptualización

La conceptualización implica generar ideas y explorar diferentes enfoques creativos que puedan comunicar de manera efectiva el mensaje o el valor deseado de la marca. Por ello, es preciso antes de comenzar con esta fase, realizar una ardua investigación que permita definir los valores que desean transmitirse con la identidad a diseñar.

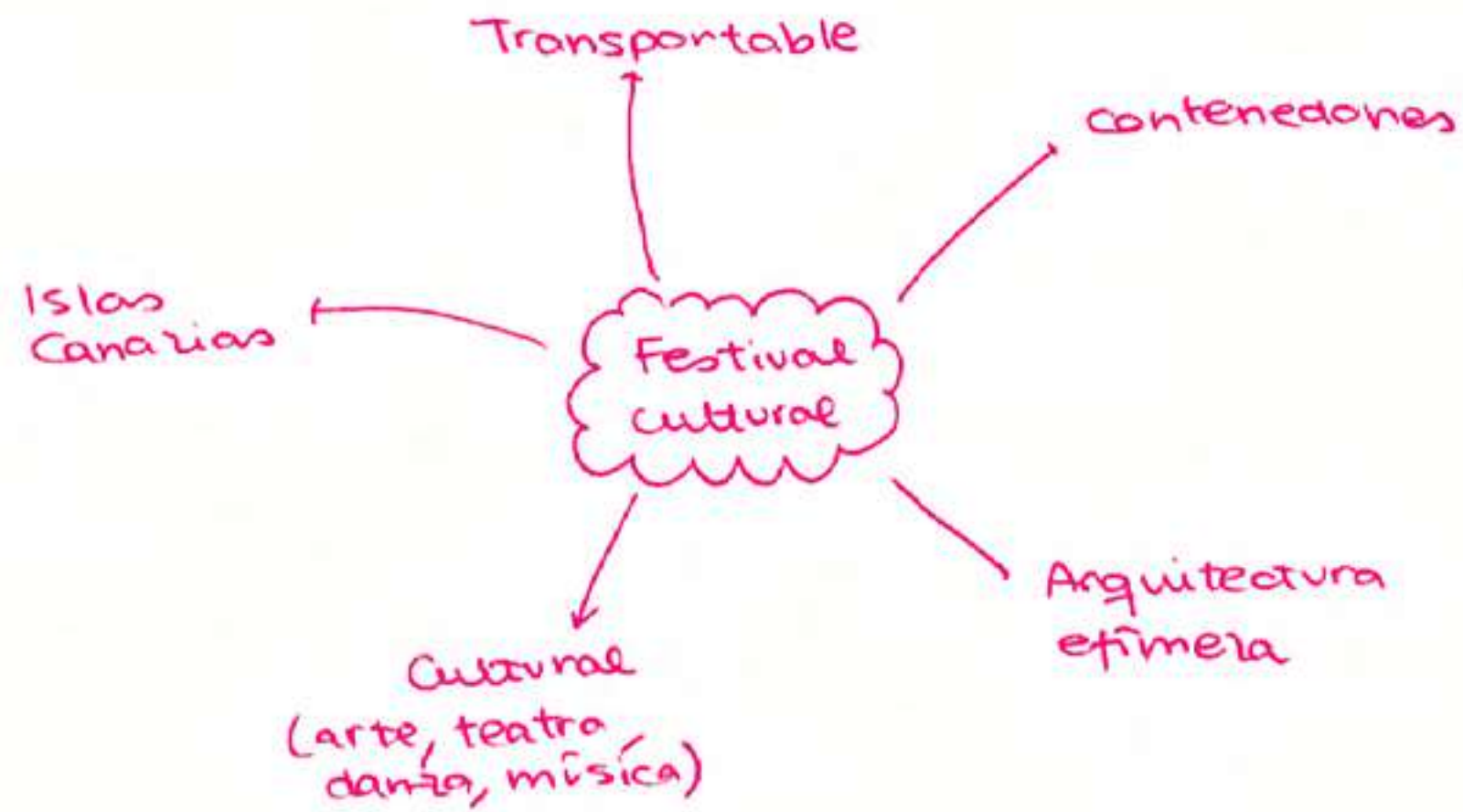
Tras realizar lo dicho, se comenzará con un proceso de creación y selección de un nombre para la marca. Este proceso se denomina *naming* y es una fase crucial en el desarrollo del proyecto ya que supondrá el primer paso para la construcción de una identidad distintiva y memorable. Esto conlleva el estudio y análisis de los posibles conceptos y, en consecuencia, la esencia y la personalidad que caracterizarían a la marca.

Partiendo de esto último y con lo estudiado durante la fase de investigación, se generan cinco conceptos claves con los que partir para la creación del nombre del festival de este proyecto:

- El contenedor de mercancía (tanto por sus propiedades físicas como por las ideas existentes alrededor de este)
- La capacidad de transporte del contenedor (que brinda la posibilidad de que el festival pueda moverse por diferentes lugares)
- La arquitectura efímera (lo efímero como concepto)
- Las Islas Canarias (como lugar de ceremonia del festival)

- La cultura (el arte, el teatro, la música y la danza y los conceptos que pudieran surgir a partir de ellos)

Con estos cinco principales conceptos, se comenzó la búsqueda del *naming* para nuestra marca. En la página siguiente puede observarse un pequeño fragmento de como fue el proceso de ideación y conceptualización.



It was all ephemeral as a rainbow
 ↳ todo es efimero como el arcoiris M

"como el arcoiris" → Virginia Woolf,
 ↳ To the lighthouse W

"monotonous fall of the waves on the beach"

ondisonante: sonido del oleaje

En la rompiente

Estela: huella del cuerpo sobre el mar, rastro de espuma y aguas removidas

Golpe de mar

Evanescente → Evanesencia
 ↳ se desvanece o espuma

*Aquí nace → aquí nace (tájinaste)
 Aquí rompen
 Como las olas
 Cuando los olas rompen
 las olas rompen

*Vaién

Acero

itinerante

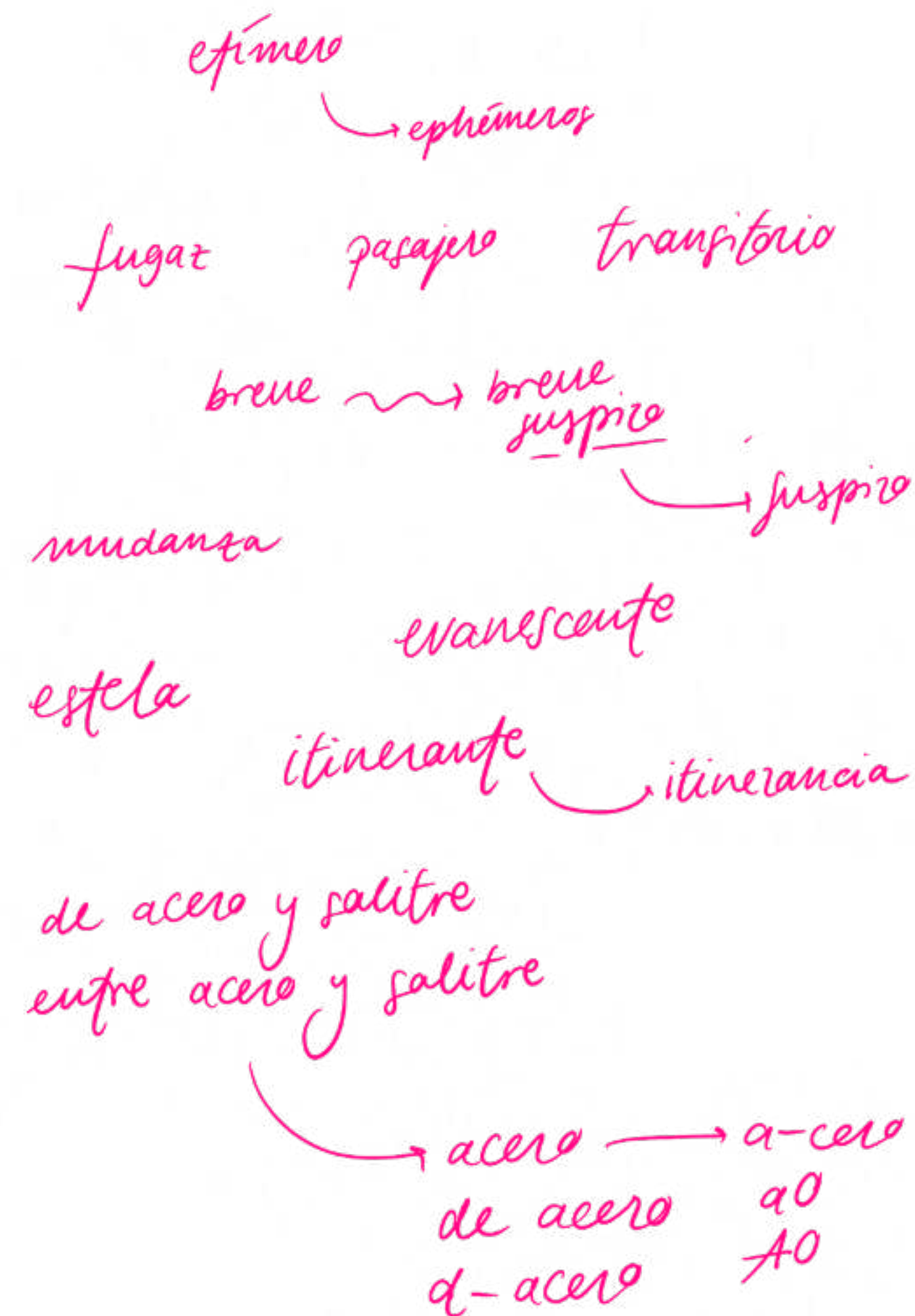
Con esa primera lluvia de ideas, de conceptos e ideas con los que poder partir, se comenzó a elegir y buscar palabras que pudiesen expresar lo ideado. Entre los términos buscados caben destacar los expuestos a la derecha.

Se comenzó con la idea de “lo efímero” que tal y como se ha expresado con anterioridad, es un concepto crucial en el desarrollo del festival. Del griego “ephémeros”, se realizaron algunos bocetos con este término pero fue rápidamente descartado debido a la incoherencia conceptual entre los valores del festival y el origen etimológico de esta palabra.

Otros conceptos como la fugacidad del evento, en relación a la velocidad de ensamblaje que caracteriza a los contenedores de mercancía, derivaron a palabras como “fugaz”, “breve” o “pasajero”. Sin embargo, al considerar los valores, la visión y los objetivos de la marca, se concluyó que estos términos no reflejaban adecuadamente la identidad deseada. Lo mismo ocurrió con otras palabras como “estela” o “mudanza”.

Finalmente, se optó por fusionar dos ideas antes expuestas: las Islas Canarias y el contenedor. Para este primero se consideró clave buscar elementos que caracterizan al archipiélago. “Salitre” fue uno de ellos. Con respecto al contenedor, el material con el que están contruidos generalmente son de acero, más específicamente acero corten, un material resistible a la corrosión y, por ende, al salitre y agua marina. Alguno de los *namings* considerados entre estas dos nociones fueron “de acero y salitre”

y “entre acero y salitre”. Sin embargo, era bastante extenso para ser el nombre del festival. En consecuencia, se escogió “acero” como el concepto principal y el que fue finalmente elegido para su desarrollo visual, el cual derivaría al que conocemos ahora, “A0”.



Color

Desde el inicio, inclusive previo a la fase de análisis de referentes, se intentó buscar una paleta de colores corporativa que posicionara al festival a diseñar de manera distintiva. Para ello, se generaron diferentes paletas con una gran variedad cromática donde amarillos, rosas y naranjas estaban siempre presentes.

La razón de la elección de llamativos colores viene justificada primeramente por los valores deseados a transmitir por la marca y, por ende, por el festival, además de la intención de generar un impacto visual y resaltar de la posible competencia. Asimismo, cabe destacar que siendo un festival cultural donde se celebrarán distintas manifestaciones artísticas, se pretendió buscar un balance entre la simpleza y seriedad conceptual y visual de festivales de arte y teatro y la vivacidad y festividad celebrada y representada en los festivales de música. El punto medio de ello podía ser encontrado a través de la elección de la paleta cromática.

Esta primera paleta fue descartada debido a la similitud cromática entre, por un lado, los dos rosas y, por otro lado, el azul y violeta. Además, su aplicación durante la fase de desarrollo de la identidad no brindaba las posibilidades creativas requeridas.



Paleta cromática n°1

Por otra parte, a pesar de la vivacidad de esta segunda paleta cromática siguió considerándose inadecuada para la identidad visual del festival. Precisamente durante la búsqueda por establecer la identidad de forma sólida y coherente, era crucial seleccionar colores que reflejen los atributos y el posicionamiento de la marca de manera precisa. Por ello, estos colores sugeridos no lograban establecer una conexión adecuada con el público objetivo al que se dirige el festival ni tampoco transmitir los valores que se desean representar como marca. Además, considerando el contexto competitivo, el naranja, el verde y el rojo son utilizados constatemente por otras empresas y festivales por lo que para poder diferenciarse de manera efectiva, se debió descartar la presente paleta.



Paleta cromática n°2

Tipografía

La tipografía así como el *namíng* es de los elementos que más se han visto expuestos a cambios durante el desarrollo de la identidad visual.

En un principio se eligieron tipografías que transmitieran un cierto sentimiento festivo junto la combinación correcta de colores. Por ello, se propusieron tipografías como “Climate Crisis” que posee un alto contraste en la construcción de cada letra.

Sin embargo, se decidió que lo más apropiado para la representación visual de los valores y la personalidad de la marca serían tipografías sans-serif, como las ya estudiadas y analizadas en los referentes de festivales culturales. Se comenzó a realizar las primeras propuestas con la fuente tipográfica “Comfortaa” y “Gotham” pero fueron rápidamente desechadas para ser sustituidas por la “Clash Display” la cual daba más juego visual para generar las propuestas de logotipos de la identidad.

Finalmente, tras el cambio de *namíng*, se usó la fuente “Atkinson Hyperlegible” que fue nombrada en honor del fundador del Instituto Braille y fue desarrollada específicamente para mejorar la legibilidad para lectores con poca visión así como mejorar la comprensión. No obstante, el uso de esta tipografía en la identidad se reservó para textos largos y no para la creación en sí del logotipo de la identidad corporativa.

Climate crisis

AaBbCcDdEeFf

Comfortaa

AaBbCcDdEeFf

Gotham

AaBbCcDdEeFf

Clash Display

AaBbCcDdEeFf

Primeras propuestas

EFÍMERO 

EFÍMERO

EPHÉMEROS
FESTIVAL CULTURAL

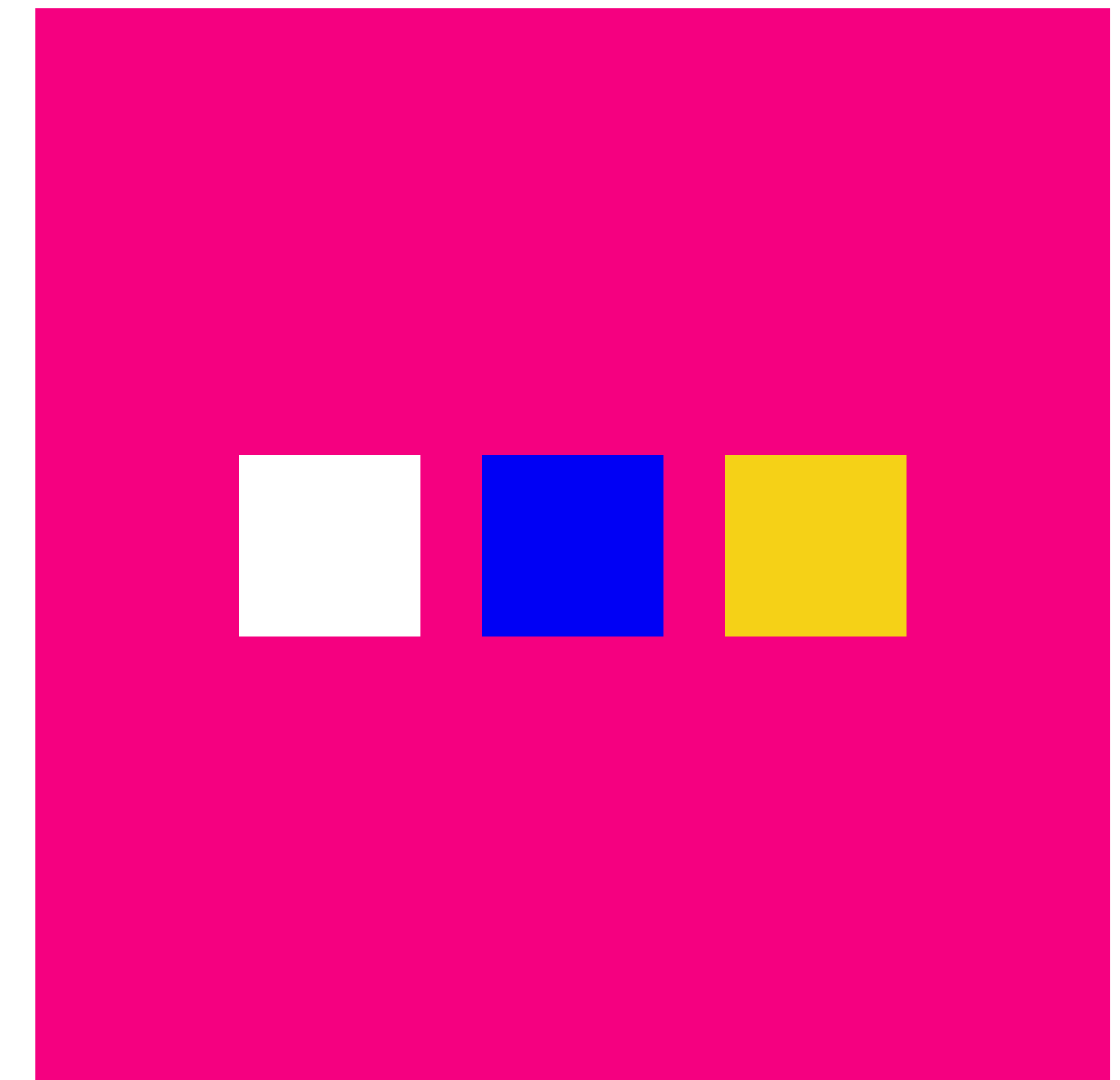
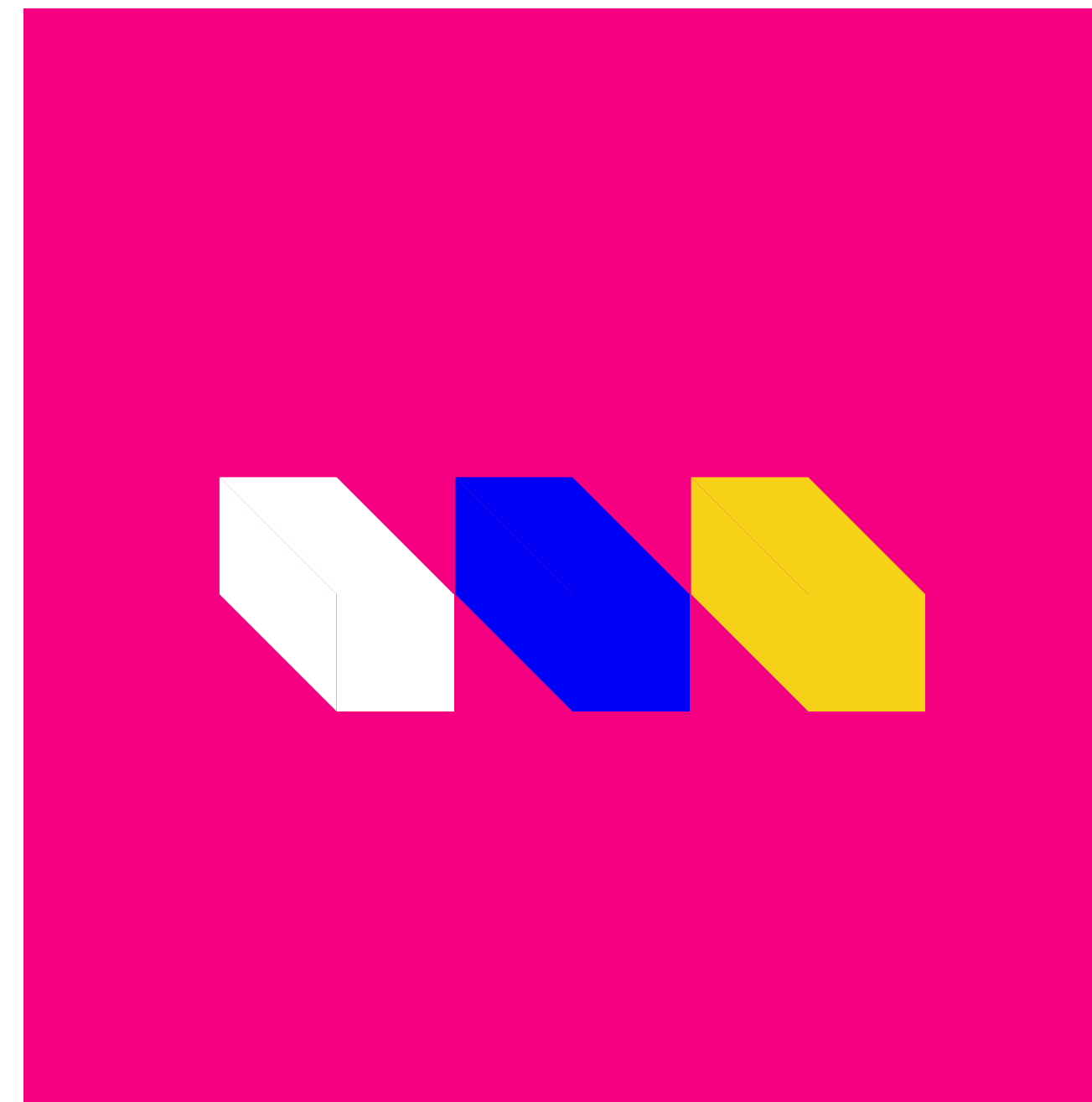
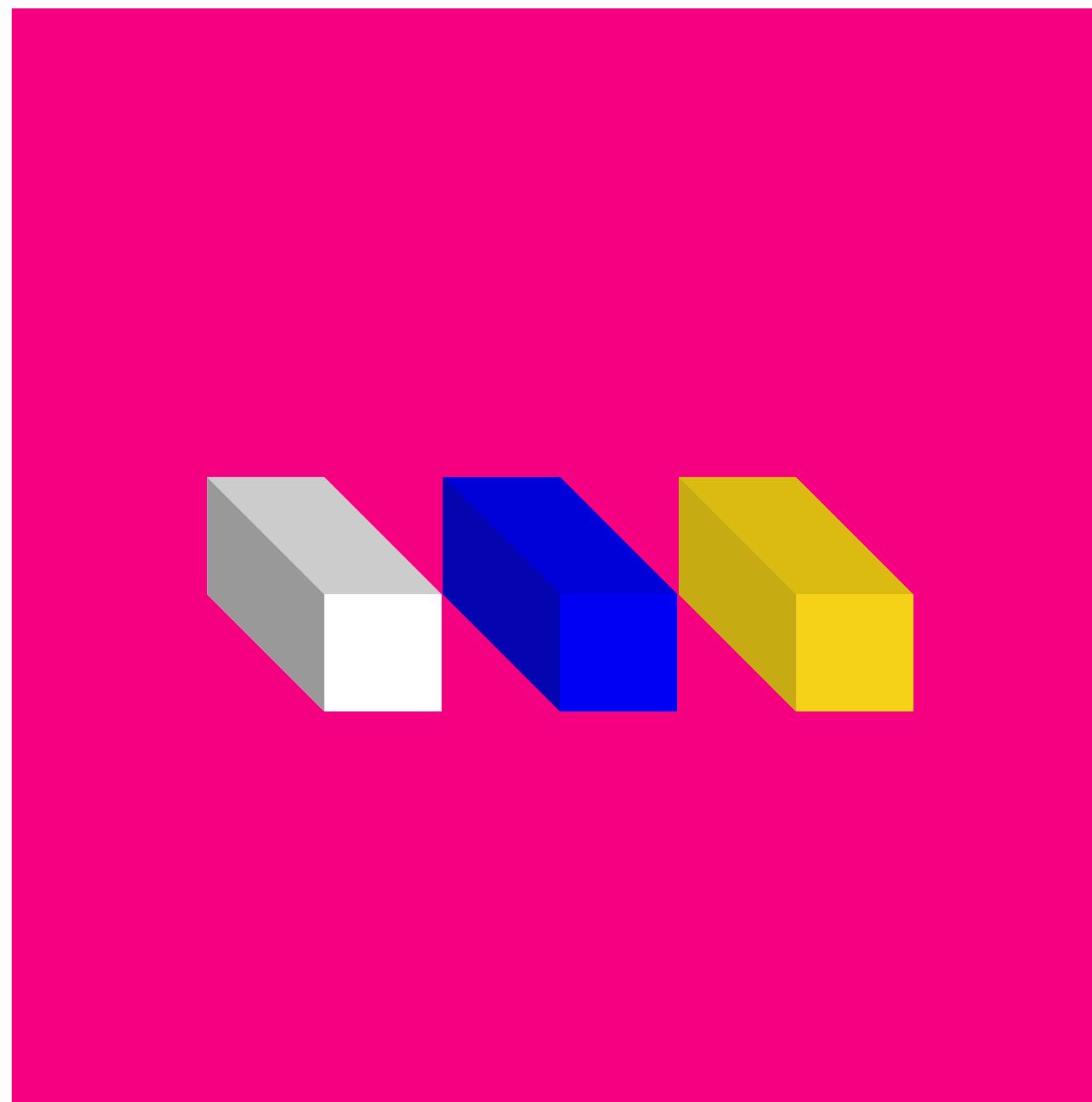
itinerante

efímero

itinerante

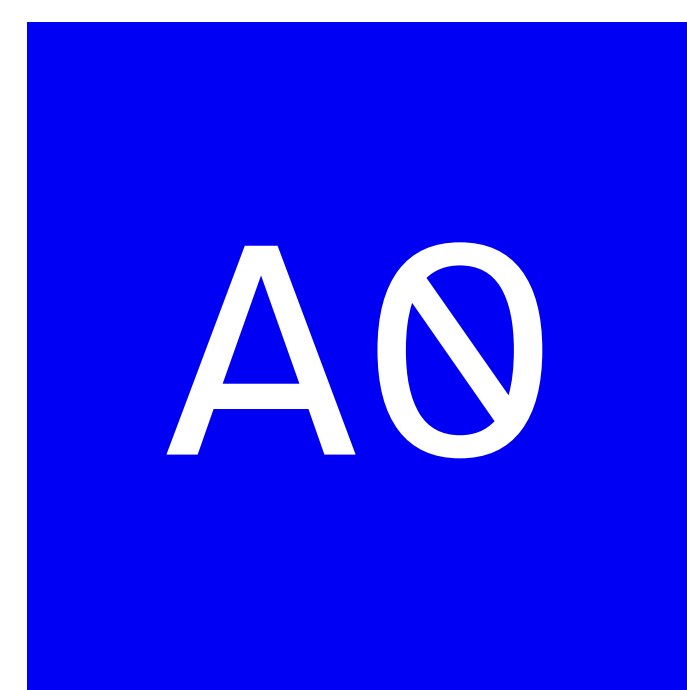
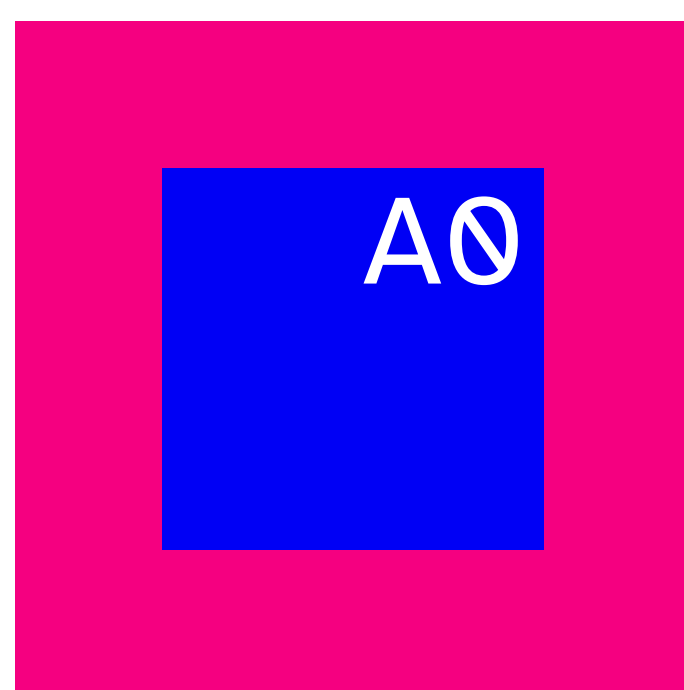
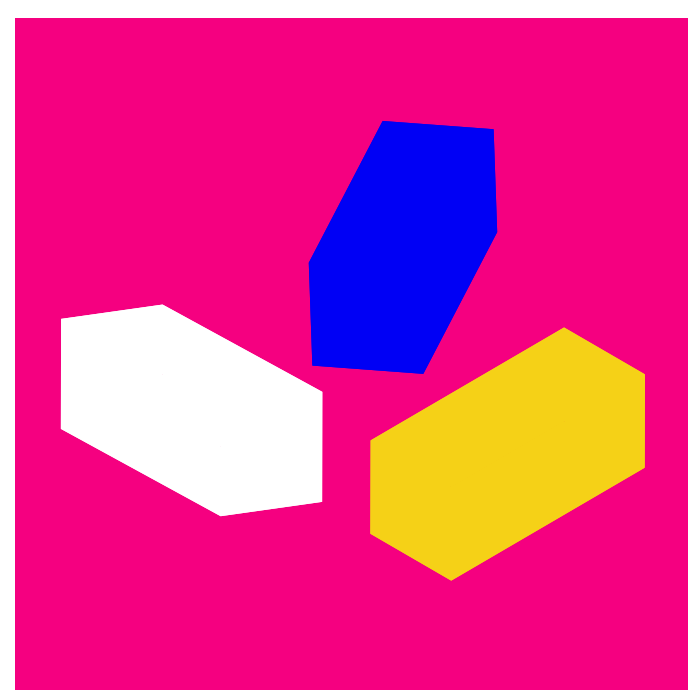
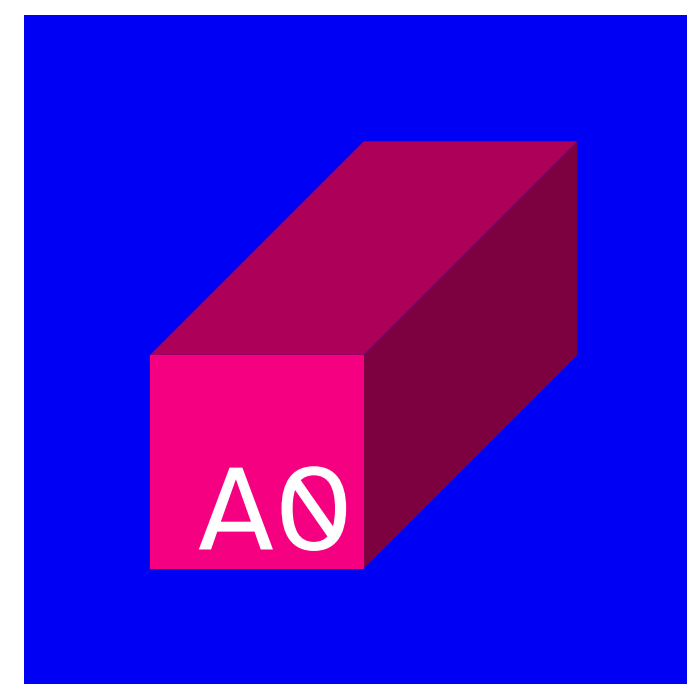
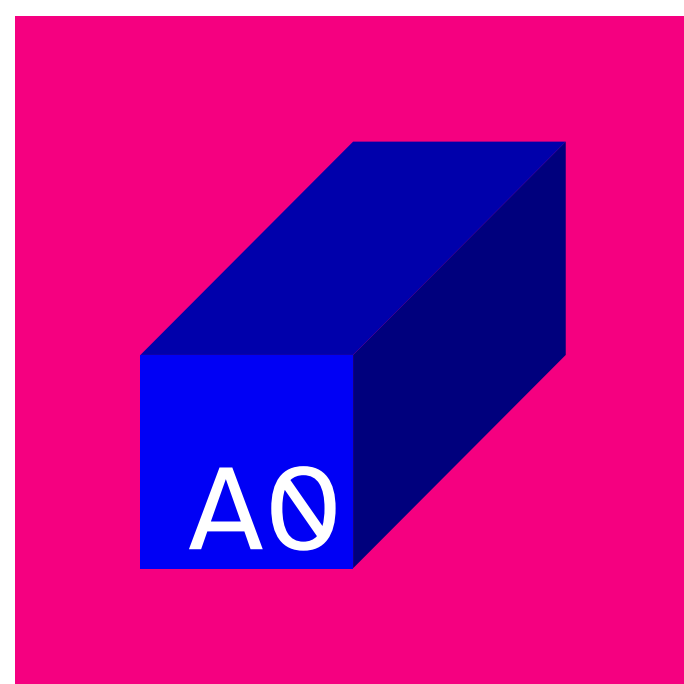
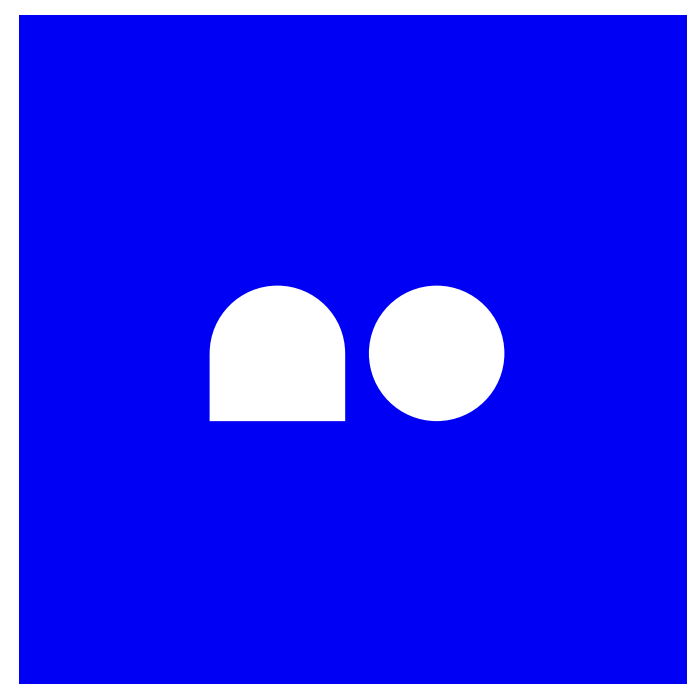
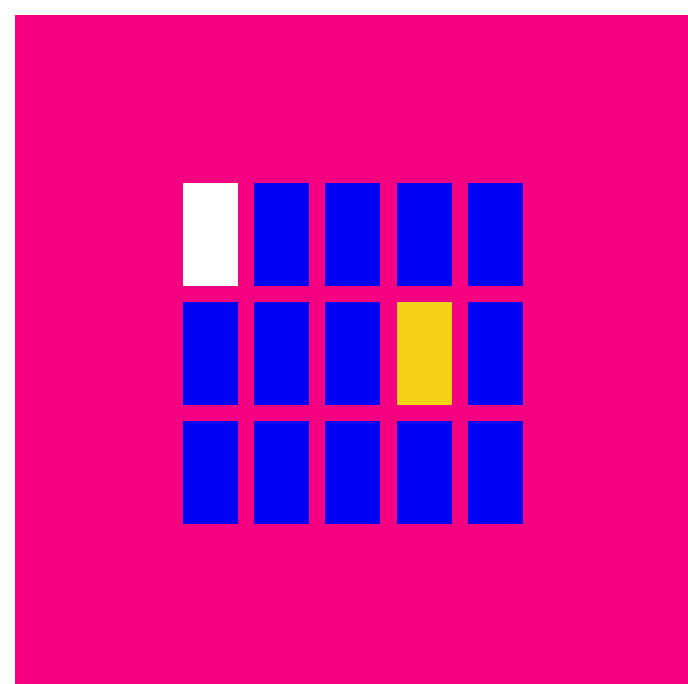
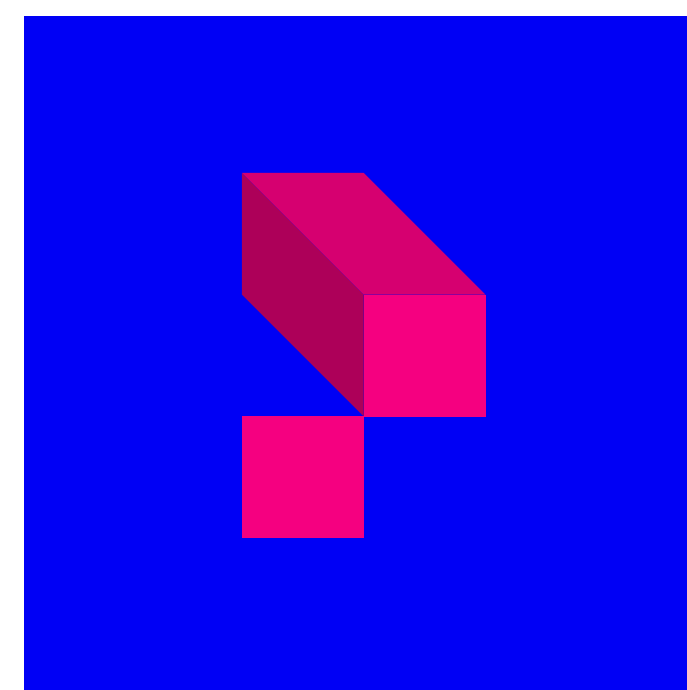
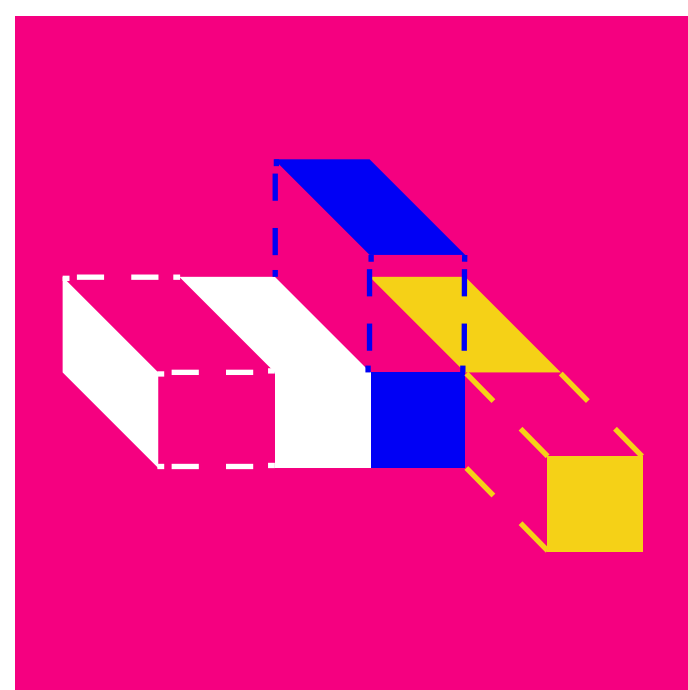
Las primeras propuestas realizadas partían de algunos de los conceptos y los elementos gráficos previamente expuestos. Se procedió a intentar representar por medio de símbolos, logotipos o la combinación de ambos, la personalidad que la marca quería que proyectase.

En estos primeros planteamientos se realizaron diferentes logotipos en los que se modificó algunas de las letras o incluso se crearon unas nuevas a partir de la original.



Las siguientes propuestas creadas se corresponderían con el símbolo de la identidad visual. Fueron diseñadas a partir de los colores corporativos pertenecientes a la paleta definitiva de la identidad que simbolizan, bajo un fondo rosa llamativo, la bandera de Canarias. Además de ello, se pretendió representar tres contenedores de mercancía de una manera muy simplificada hasta el punto de ser solo tres cuadrados planos.

A pesar de que el símbolo funciona y corresponde con los valores que el festival quería transmitir además de encontrar el punto medio entre las distintas categorías de festivales y su representación visual, durante la fase de desarrollo se encontró una marca de arquitectura con contenedores cuya identidad visual era prácticamente igual a la diseñada y presentada aquí. Por ello, se tuvieron que desechar y continuar con el desarrollo de la identidad. Al fin y al cabo, el uso de elementos geométricos tan simples limita las posibilidades de crear algo innovador y una propuesta gráfica adecuada sin caer en posibles confusiones o, incluso, acusaciones de plagio.



Esto forma parte de un pequeño fragmento de los diferentes símbolos y logotipos que se diseñaron para la identidad, todos ellos descartados.

Desde la desconstrucción de los contenedores de mercancía a una vista aérea representada de forma conceptual de los “cementeros” de containers, se tomó el contenedor como concepto principal para el desarrollo de la identidad visual corporativa. Algunos de los planteamientos nacen a partir de otros, como es el caso de “Acero”. La tipografía diseñada para la posible imagen de la marca daba un gran juego visual debido a lo sencillo y a la vez abstracto que luce. No obstante, observados detenidamente la construcción de cada una de sus letras, su redondez y poca angulosidad quedaba injustificada con el contenedor cuadriforme de ángulos rectos.

Aun así, la palabra “acero” acabó derivando en a-cero y este, en A0, que finalmente se elegiría como *namig* de la marca.

A2.2

Identidad visual

Justificación de la identidad visual

Para la propuesta definitiva, se decidió continuar con el contenedor como símbolo de la marca junto la combinación del *namíng* escogido creando así una distintiva identidad que expusiese fielmente los valores de la marca, A0.

Entre los valores a destacar cabe nombrar su intención de atraer a un amplio público objetivo que por medio del uso del color y su simple forma puede llegar a captar la atención de distintos públicos sin renunciar a la profesionalidad que supone el evento.

Se trata de un festival que combina cuatro manifestaciones artísticas diferenciadas, el arte, la música, la danza y el teatro, que, como ya se ha visto con anterioridad, las identidades visuales de los respectivos festivales o ferias de cada uno de estos grupos difieren enormemente entre ellas. Hallar el balance entre las distintas identidades visuales era crucial para la creación de A0.

A parte de ello, se añade un *tagline* que explica de forma concisa de qué trata el evento: *festival cultural efímero de Canarias*. La textual explicación se justifica por la abstracción y simpleza del logotipo con símbolo o isologo creado con la intención de ser una mejor aclaración del concepto y del propio festival. Se decidió no renunciar a la palabra “efímero” a pesar de ser descartada previamente en la fase de ideación de la identidad visual.

Junto con el *tagline*, también se añadió una segunda frase con el propósito de crear un juego conceptual e identificativo para el festival. *Contenedor de cultura* se presenta como

una segunda aclaración de la marca con un doble significado: *el contenedor*, como recipiente para transportar mercancía, y *contenedor*, partiendo del verbo “contener” con el significado de almacenar la cultura o almacén de cultura. Además de esto, cultura es sustituido en las diversas aplicaciones del festival que son divididas en las cuatro expresiones artísticas previamente nombradas.

Por tanto, el contenedor contiene la cultura, el arte, la música, la danza y el teatro para ser disfrutados en el festival cultural efímero de Canarias, A0.

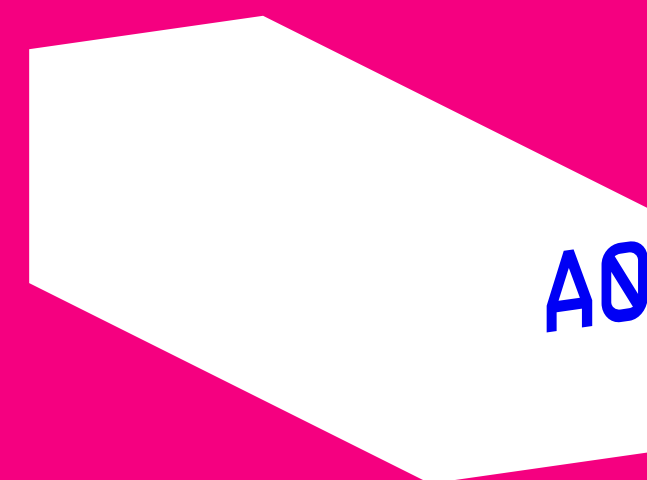
Versión principal



**Festival cultural
efímero de Canarias**

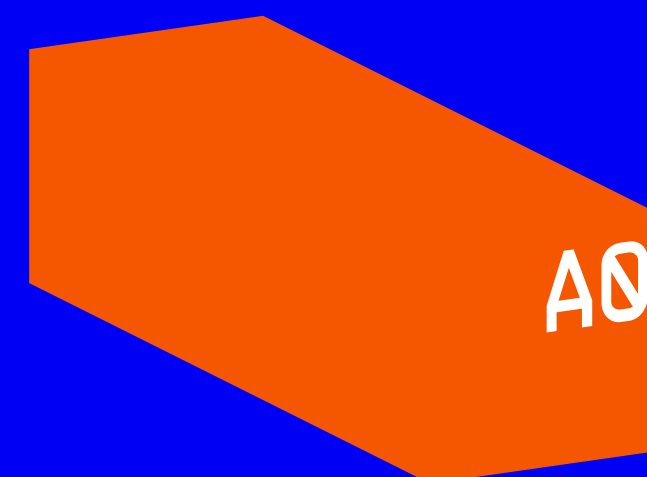
Contenedor de cultura

Submarcas de la versión principal



**Festival cultural
efímero de Canarias**

Contenedor de música



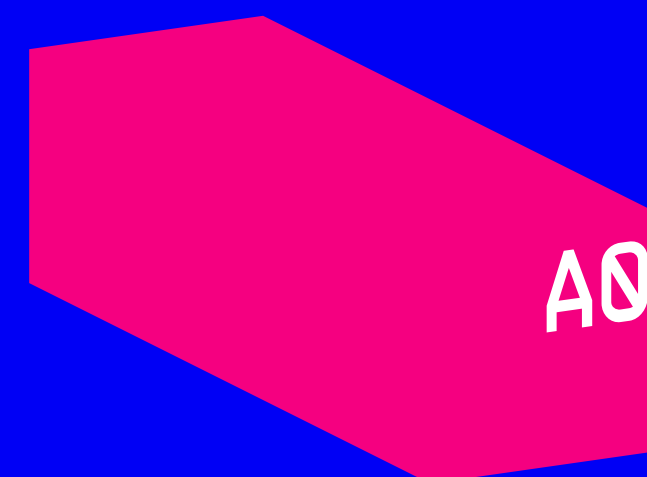
**Festival cultural
efímero de Canarias**

Contenedor de danza



**Festival cultural
efímero de Canarias**

Contenedor de teatro



**Festival cultural
efímero de Canarias**

Contenedor de arte

Las otras versiones de la identidad visual de A0 fueron creadas como submarcas para cada una de las expresiones artísticas del festival. Se sustituye la palabra “cultura” de la versión principal por arte, música, danza y teatro para representarlas con los colores correspondientes de cada una de ellas.

Detrás del significado de A0

Acero, a cero o A0, misma dicción, diversa escritura.

Acero, comprendido como la aleación de hierro y carbono.

A cero, entendido como "al mismo nivel".

A0, interpretado como la conjunción de ambos.

Dos caracteres, dos significados.

Una letra y un número.

A0.

La fusión de dos conceptos que se resumen en una A y un 0.

A0 nace ante la conjunción de dos de los conceptos que sustentan la marca: el contenedor, como recipiente de carga y mercancía, y el festival, como espacio para celebrar la cultura y todas sus respectivas manifestaciones artísticas.

La primera letra del abecedario y el primer número del sistema numérico se fusionan con la intención de representar al contenedor, por medio del material que lo compone, y al festival, a través del concepto de "a un mismo nivel". A0 pretende rendir homenaje a la cultura de una manera íntima y cercana, estableciendo una conexión más directa y personal con el público y los artistas. Este vínculo es posible establecerlo gracias a la estructura creada para el festival por medio de los contenedores marítimos donde el escenario está a ras del suelo, es decir, a nivel 0 o a 0.

Por tanto, de estos dos conceptos surge A0: un festival cultural celebrado en contenedores de acero que celebra el arte, la música, la danza y el teatro donde artistas y espectadores se sitúan a nivel cero.

Color

El universo visual de A0 se construye gracias al uso del color.

Una paleta cromática vibrante y llamativa que, además, conforman entre algunos de sus colores la bandera de Canarias con tonos más saturados. El azul, el rosa, el blanco, el amarillo y el naranja cobran significado propio dentro del universo generado para A0. Cada uno de estos colores simboliza un concepto en el festival siendo estos los siguientes:

El **azul** se corresponde principalmente con la celebración de la cultura, uno de los motivos de ser de A0. Por ello, forma parte de la identidad visual corporativa, correspondiéndose como el color principal de la marca. El azul además simboliza el océano, medio por el que se transportará el propio festival y los contenedores marítimos que componen la estructura. Además, con relación al significado que cobra en la bandera de las islas, es el elemento de unión entre provincias por lo que su justificación se refuerza.

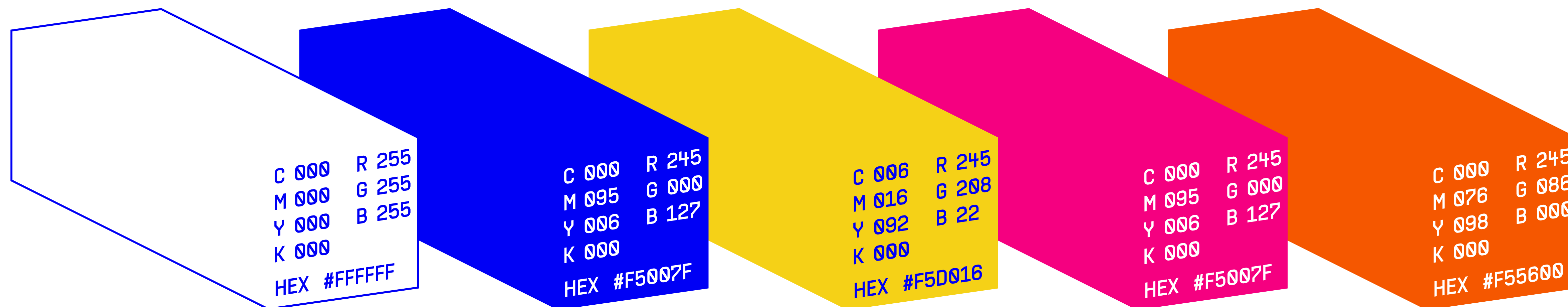
El **rosa**, en cambio, es el segundo color primordial de la identidad y es utilizado tanto para aplicaciones de la marca como para el fondo de la identidad además de su significado principal. El rosa se asocia con el arte, una de las manifestaciones incluidas en el festival. Por esta razón, la galería de arte y todos los elementos relacionados con ella son diseñados con este color.

El **blanco** cobra significado para A0 siendo utilizado y relacionado con otra manifes-

tación, la música. Además de esto, su uso también se visualiza en texto sobre fondo de color por lo que es usado de manera constante durante la identidad. También se corresponde con una de las franjas de la bandera de Canarias, que representa a las islas situadas en el oeste, las de la provincia de Santa Cruz de Tenerife.

El **amarillo** representa al teatro y las artes escénicas, usándose para todas las aplicaciones del mismo. Además, se corresponde con la última franja de color de la bandera canaria, en representación a la zona este (la provincia de Las Palmas de Gran Canaria) completando así los tres colores que la conforman.

Por último, el **naranja** se asocia en A0 a la danza que, como ya se ha analizado, otros festivales de este arte utilizan en su imagen visual este color. A parte de esto, su uso también se extrapola a la zona multidisciplinar creada para el festival, donde se celebran talleres, conferencias y charlas. Es un color que aporta calidez y energía, valores que también representan a A0.



Estos cinco colores conforman la paleta cromática corporativa de la identidad visual de A0 y su importancia en el universo visual de esta sobrepasa los límites del significado inicial que se pueda llegar a intuir de cada uno de ellos. Las asociaciones con las manifestaciones artísticas celebradas en el festival permite señalar de forma más efectiva cada una de ellas, a la vez que se genera una gran distinción creando una identidad de gran vivacidad y energía.

Tipografía

Para el desarrollo de la identidad visual de A0, se utilizaron dos tipografías: Atkinson Hyperlegible y PP Supply Sans.

Esta primera tipografía es la principal de la identidad, utilizada principalmente en textos largos. Esta fuente ha sido nombrada en honor del fundador del Instituto Braille y fue desarrollada específicamente para mejorar la legibilidad para lectores con poca visión y también mejorar la comprensión. Con ello, se pretende que la accesibilidad a la información del festival sea la mayor posible para todo tipo de personas, cumpliendo la función de uno de los valores de A0 (ser accesible para todo tipo de públicos).

Con respecto a la segunda tipografía, que será complementaria, es PP Supply Sans de la fundición tipográfica Pangram Pangram. Es la utilizada en el isologo y *tagline* de A0 pero su uso será también para títulos o textos más grandes. Está basada en la usada en la identificación de los contenedores marítimos colocada en las puertas frontales. El código del fabricante, el número de serie y el dígito de control se escriben con una fuente tipográfica *slab-serif*, como la elegida para la identidad.

Atkinson Hyperlegible



Regular

Italic

Bold

Bold Italic

PP Supply Sans



Regular

UltraLight

A2.3

Sistema de señalización



Un sistema de señalización adecuado dota a las personas la capacidad de deambular y recorrer las diferentes zonas del festival con total autonomía. Contribuye a una mejor experiencia del visitante que evitará, con un buen sistema claro y efectivo, la confusión o incluso pérdida. Es primordial para ayudar a crear un ambiente más seguro, organizado y agradable para el público.

Además de esta razón principal, la señalización adecuada permite que el flujo de personas esté mejor organizado y, por ende, sea más eficiente. Se debe dirigir a las personas por medio de este sistema hacia las salidas, entradas y puntos de interés que tendrá el festival como la galería de arte, el escenario o la cafetería. Todo ello deberá ser debidamente señalizado.

A parte de esto, la creación del este sistema de guía puede suponer una herramienta para reforzar la identidad visual creada para A0. A través del uso del color y la tipografía corporativos, se crea una coherencia visual que promueve la marca. Por ello, era importante relacionar los colores de la paleta cromática con sus respectivas áreas de manifestaciones artísticas. De esta forma, el color también cumple una función determinante en la identidad.

Como se observa en la imagen derecha, los primeros bocetos para la señalización incluyen dos tipos de señales: un panel informativo y una señal vertical o de pared.

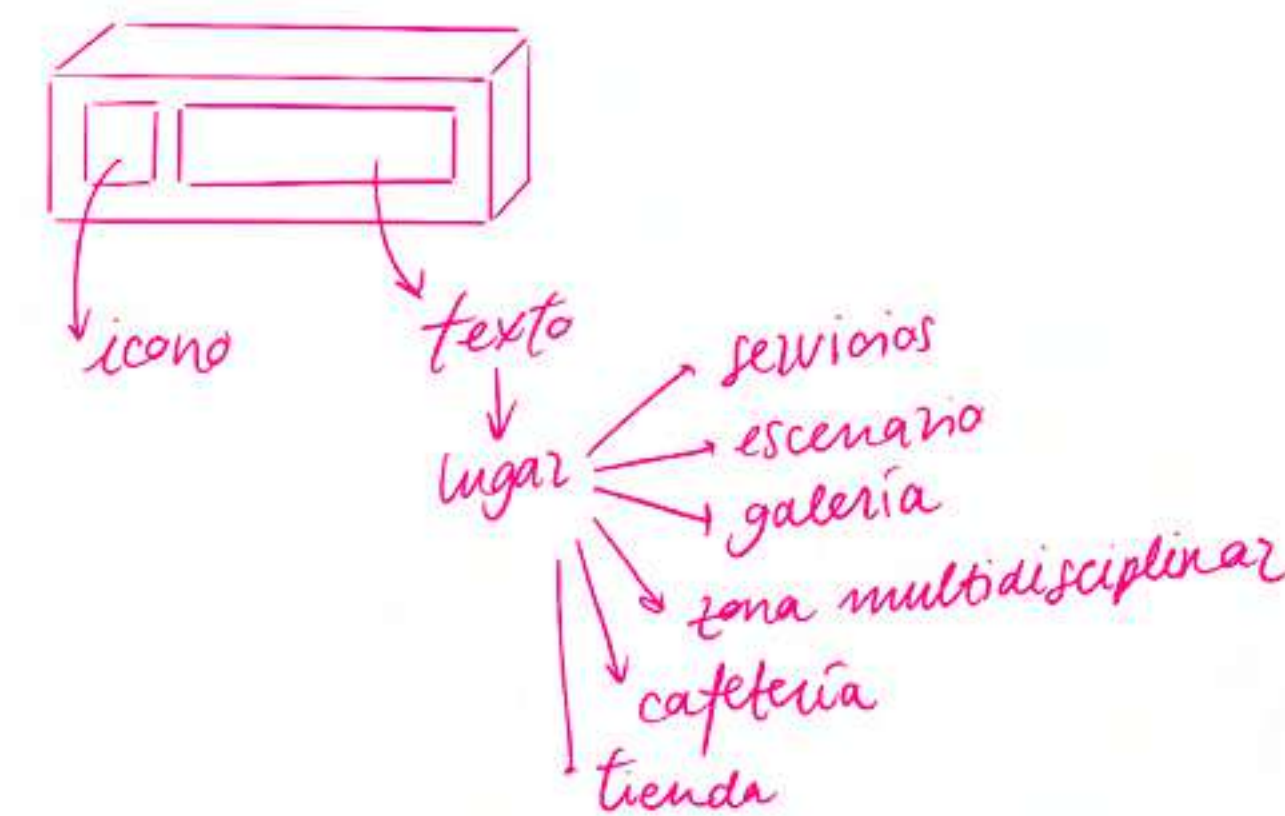
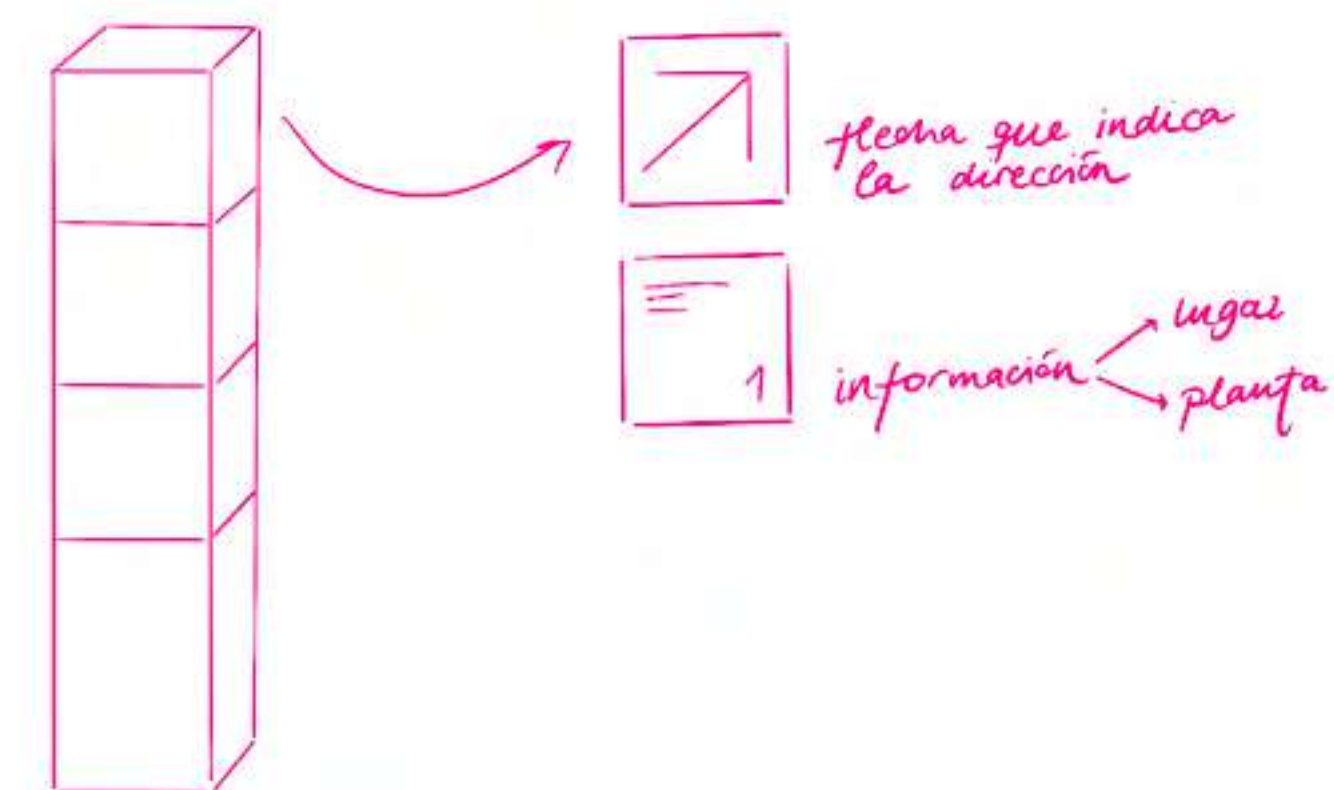


se ideó estas señales en forma de prismas que se asemejan a la forma rectangular de los contenedores.

Para el panel informativo se pretende apilar distintos bloques cúbicos con una flecha en una de sus caras que indique dirección y, en otra de sus caras, la información relevante con el lugar y la planta para guiar a los visitantes además de un icono. Para la señal vertical, se desea añadir ese mismo icono a la izquierda que corresponda con el lugar donde se encuentra. A la derecha de este, iría la palabra escrita del lugar que, como se muestra en el boceto, serán la galería, los servicios, el escenario...

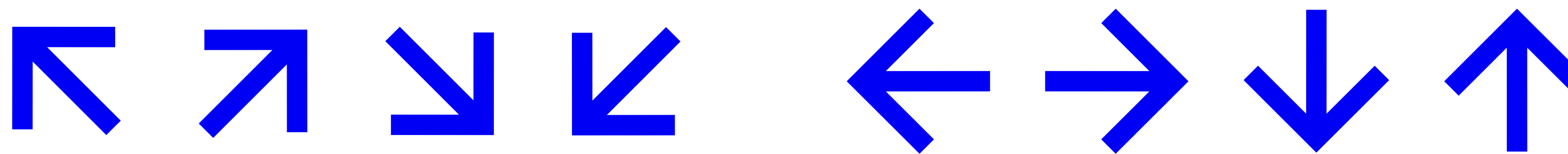
Además de la ideación y el desarrollo de la señalización, también se estudió los posibles materiales a utilizar para que "las señales resistan lo mejor posible los golpes y las agresiones medioambientales, sin que las mismas se degraden fácilmente" (Ministerio de trabajo e inmigración & Instituto nacional de seguridad e higiene en el trabajo, s. f.).

Por último, también se creó un sistema iconográfico que fuese de ayuda para la correcta comprensión de la señalización.



Iconografía

Flechas de dirección



Iconos informativos



Iconos informativos sobre fondo de color



La iconografía diseñada pretende ser un elemento de ayuda para reconocer con mayor facilidad las zonas del festival. Por esta razón se generaron, siete iconos diferentes.

El primero se corresponde con la galería de arte interpretado por medio de un cuadro de pintura. El segundo es la zona de tickets, donde poder adquirir los billetes para la entrada o visita programada de la galería. Estos dos iconos son representados en el color rosa corporativo ya que se corresponden con la parte de “arte” del festival. Como tercer icono se realizó una reinterpretación de las máscaras de la comedia y la tragedia, recurso que suele utilizarse para representar las artes escénicas. Este diseño se corresponde con el escenario del festival, donde se celebrará los espectáculos musicales, las actuaciones e interpretaciones. El siguiente es la zona multidisciplinar, representado como una bombilla. En este área se celebrará las charlas, conferencias y talleres donde poder aprender de profesionales de los diferentes sectores artísticos. Luego, también se diseñó una reinterpretación del icono de servicios más angular y geométrica. Los dos últimos iconos son para la tienda y la cafetería representados por medio de un regalo y un café respectivamente. El color usado para estos dos últimos es el azul para diferenciarlos del resto de zonas.

Para el correcto uso de la iconografía dentro del sistema de señalización, se deberá utilizar sobre los fondos de color designados para cada uno de los seis.

También se diseñaron una serie de flechas de dirección con la intención de orientar a los visitantes de una forma más sencilla.

Señales verticales

La iconografía diseñada pretende ser un elemento de ayuda para reconocer con mayor facilidad las zonas del festival. Por esta razón se generaron, seis iconos diferentes.

El primero se corresponde con la galería de arte interpretado por medio de un cuadro de pintura. El segundo es la zona de tickets, donde poder adquirir los billetes para la entrada o visita programada de la galería. Estos dos iconos son representados en el color rosa corporativo ya que se corresponden con la parte de “arte” del festival. Como tercer icono se realizó una reinterpretación de las máscaras de la comedia y la tragedia, recurso que suele utilizarse para representar las artes escénicas. Este diseño se corresponde con el escenario del festival, donde se celebrará los espectáculos musicales, las actuaciones e interpretaciones. El siguiente es la zona multidisciplinar, representado como una bombilla. En este área se celebrará las charlas, conferencias y talleres donde poder aprender de profesionales de los diferentes sectores artísticos. Los dos últimos iconos son para la tienda y la cafetería representados por medio de un regalo y un café respectivamente. El color usado para estos dos últimos es el azul para diferenciarlos del resto de zonas.

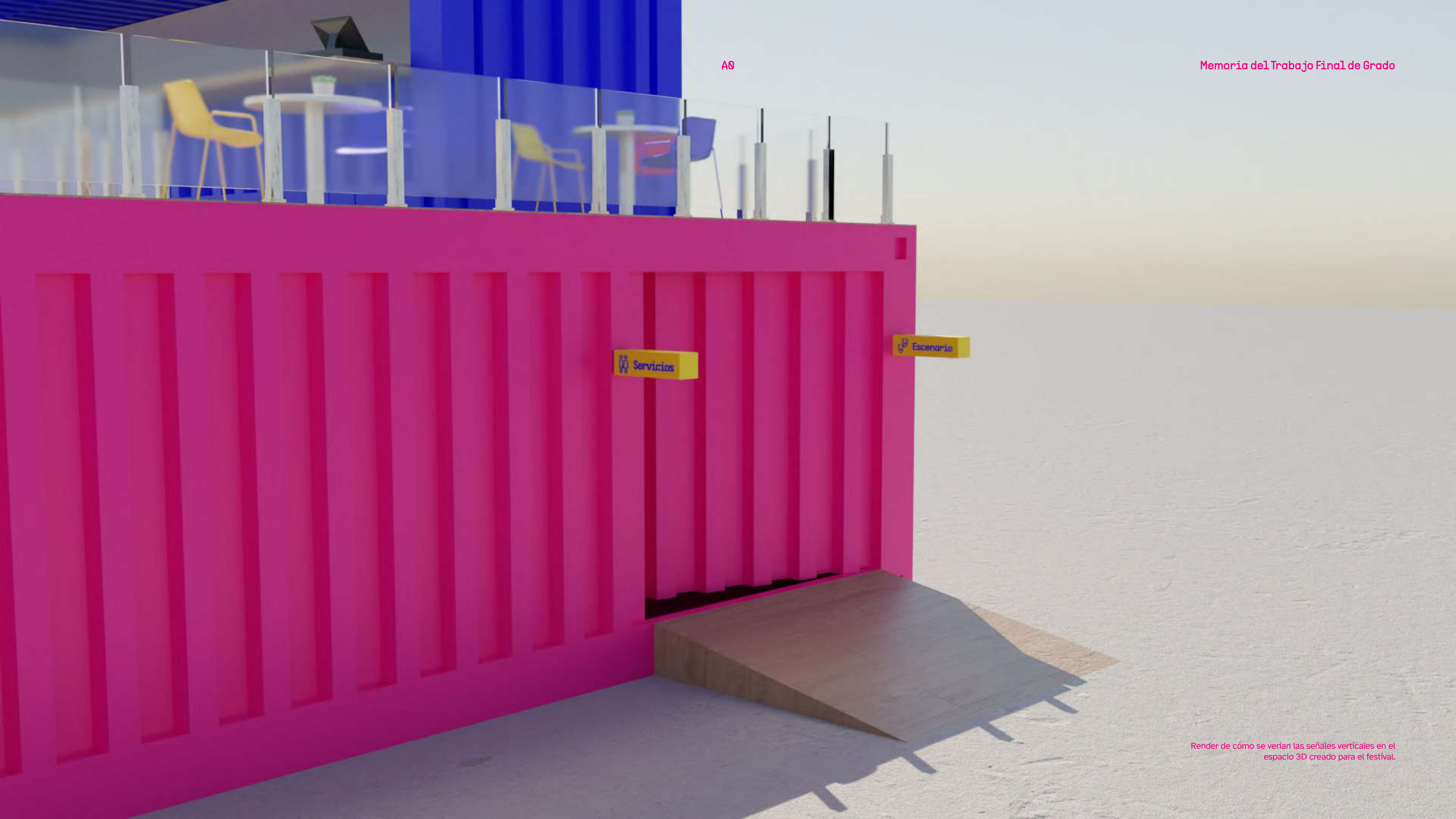
Para el correcto uso de la iconografía dentro del sistema de señalización, se deberá utilizar sobre los fondos de color designados para cada uno de los seis.

También se diseñaron una serie de flechas de dirección con la intención de orientar a los visitantes de una forma más sencilla.



Señales verticales de la galería de arte y los tickets en la entrada de la galería





Paneles informativos

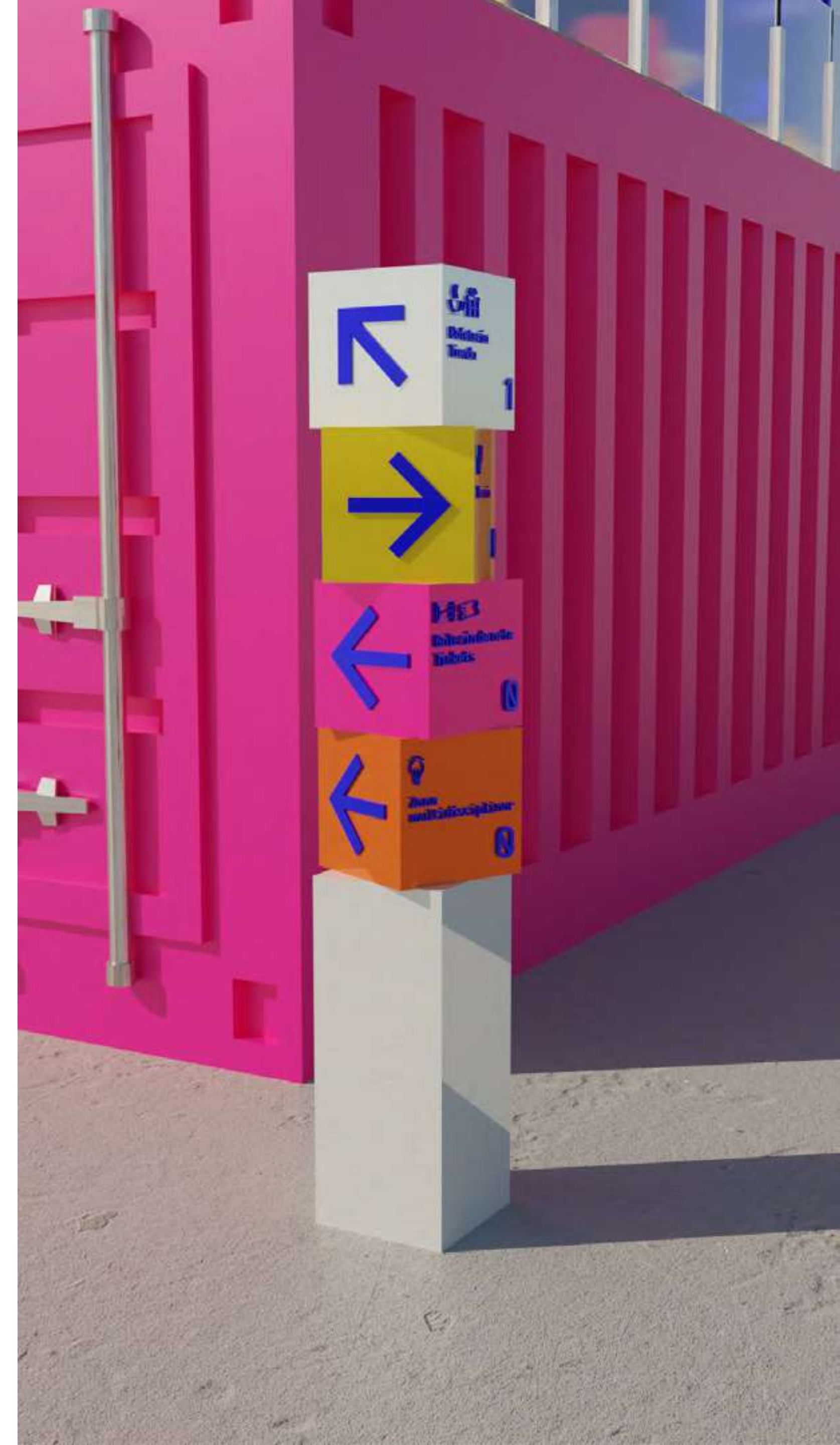
Los paneles informativos creados se componen de cuatro cubos y un prisma. En cada uno de los cubos se muestra la información relativa al espacio o zona del festival junto con su respectivo número de planta. Además de ello, también se añade una flecha que permite ubicar y señalar la dirección a la que dirigirse. El prisma funciona como base y soporte.

Cada cubo, mide 30 cm de largo, alto y ancho, por lo que apilándolos uno encima de otros junto con el prisma, el panel informativo mide un total de 1,80 m de alto. De esta forma, es lo suficientemente accesible y legible para diferentes tipos de personas y se garantiza la visibilidad desde largas distancias.

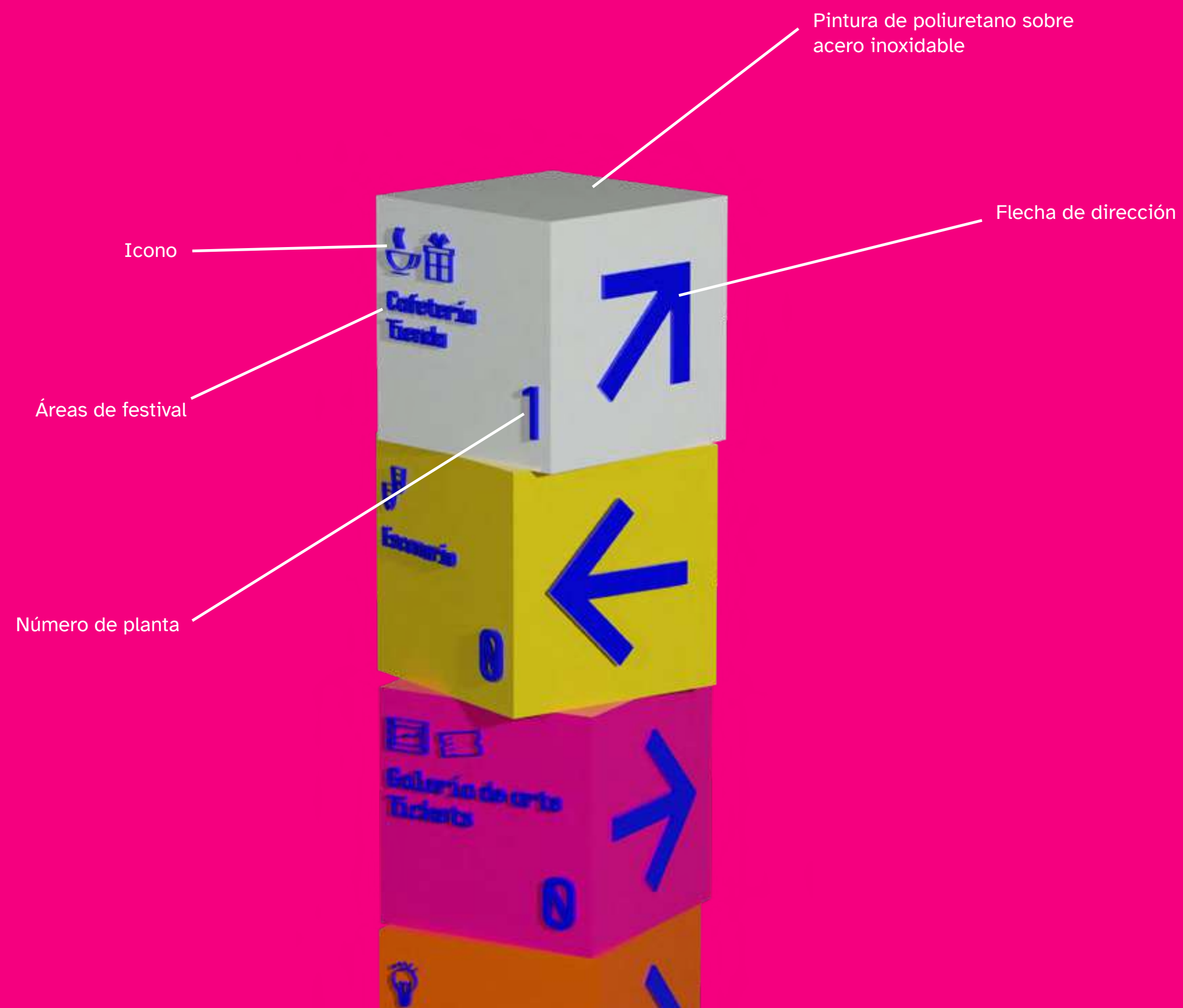
Con respecto al material utilizado para el panel, se usará acero inoxidable, no solo por su directa conexión con la marca sino debido a su alta resistencia. Para el acabado deseado, se utilizará pintura de poliuretano que es considerado por diferentes expertos una buena solución para pintar sobre este material. Esta pintura es bastante resistente a rayos ultravioletas y, por tanto, a la exposición solar, lo que lo convierte en un material idóneo para el uso que tendrá el panel informativo en los exteriores del festival.

Se crearon un total de cuatro paneles para el festival donde únicamente se cambió el sentido de la flecha y la rotación de algunos de los cubos dependiendo de la posición en las que se situasen.

El primer y segundo panel se colocarían al lado de las escaleras, justo en la planta 0 y la 1, para señalar correctamente ambos pisos y las áreas que se encuentran en cada una de ellas. La siguiente señal se coloca justo al lado del escenario y la última sería junto a la zona multidisciplinar y la galería de arte.



Aspectos técnicos



A2.4

Diseño del espacio

Introducción

El objetivo principal de este proyecto fue establecer un espacio multidisciplinario que fomentara la creatividad y la expresión artística y celebrara la cultura con la intención de incentivar la curiosidad por la misma. Para ello, se ideó y diseñó una estructura sostenible creada a partir de contenedores de mercancía reutilizados, dándoles una nueva vida.

Para poder realizarlo, se optó por usar el programa de diseño 3D: Blender. Pero previo a iniciar con las posibles propuestas para el diseño definitivo del festival, se hicieron unos simples bocetos a mano con el objetivo de crear un espacio lo más fiel a la realidad. Se tuvo en cuenta el recorrido de los visitantes y la interacción con el espacio para diseñar la estructura, priorizando la creación de un buen escenario y una galería de arte donde celebrar las cuatro expresiones artísticas del festival A0.

Asimismo, para la creación de los simples bocetos se tomó como referencias otros festivales o espacios creados con contenedores como los de la empresa de arquitectura Lot-Ek, cuyos diseños se caracterizan por su innovación y creatividad. Se intentó aunar todos los elementos que más captaron mi atención a la vez que se intentaba crear un espacio atractivo que no perdiese la esencia de A0.

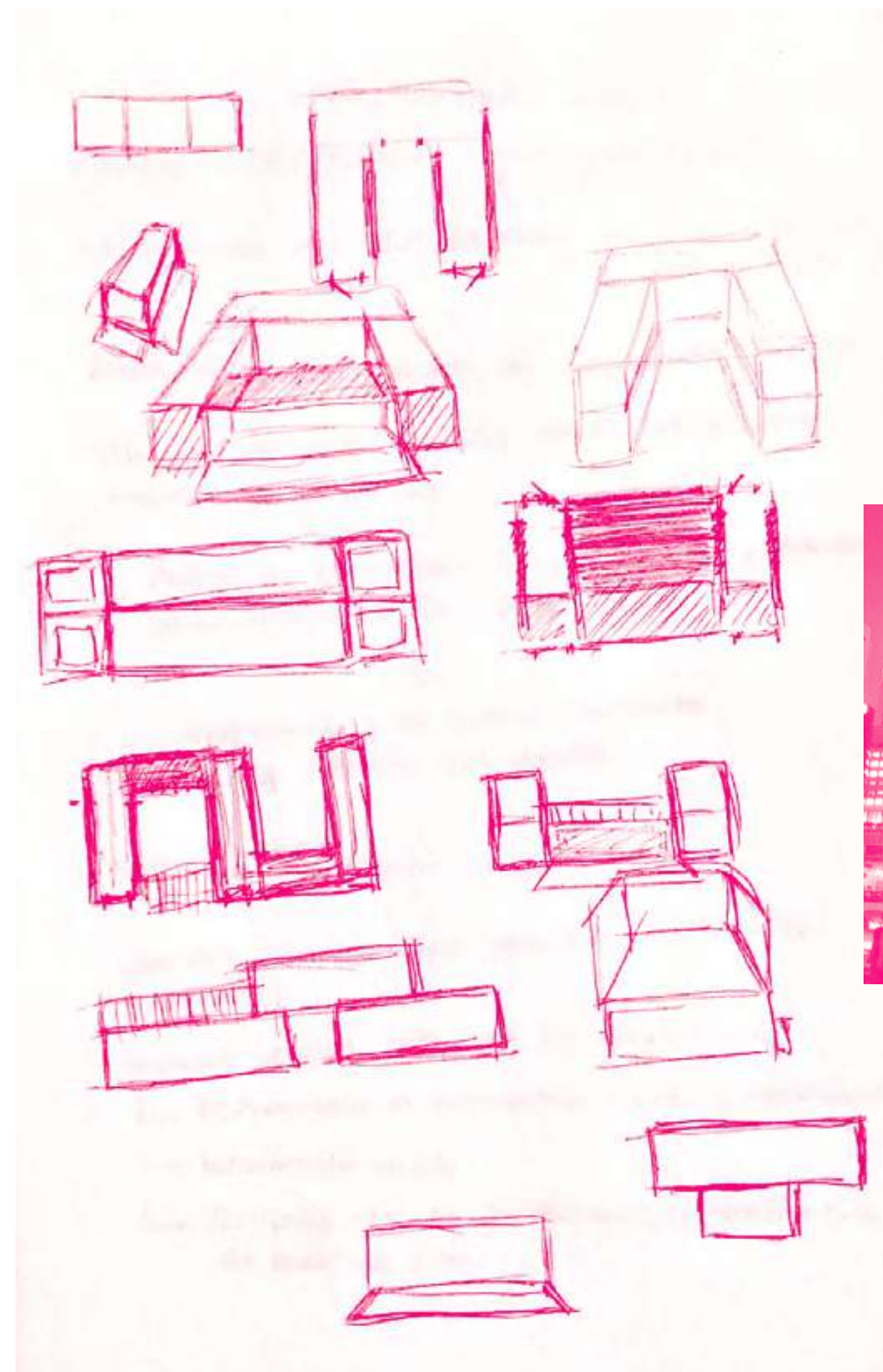
El escenario principal se erige como el epicentro del festival, proporcionando un entorno idóneo para las actuaciones artísticas. Diseñado únicamente con un contenedor de mercancía, se logra una estructura modular y adaptable, capaz de albergar diversas representaciones teatrales, conciertos y espectáculos de danza. La disposición estraté-

gica del contenedor garantiza una óptima visibilidad y acústica para los asistentes que encima se sitúan al mismo nivel que el escenario favoreciendo a una experiencia memorable.

Como complemento al escenario principal, se ha también creado una galería de arte que exhibe obras de artistas locales. El diseño de la galería incorpora tres contenedores dispuestos de manera que sea un recorrido cerrado para que aquel que lo visite pueda ir observando las obras expuestas paulatinamente. Además de esto, se ha debido cuidar la iluminación de la galería para que los cuadros puedan verse de manera correcta.

Por otro lado, para fomentar la interacción y la colaboración entre artistas y el público, se ha destinado para esto una zona multidisciplinaria. Gracias a este espacio versátil se podría llegar a realizar talleres, conferencias y charlas que enriquecerían la experiencia del festival y lo haría más distinguible.

Para A0, también era muy importante que, como en cualquier otro festival, se destinase una zona para cafetería o bar donde los visitantes pudiesen relajarse, comer y beber en un buen ambiente. Quizás conseguir implementar este requisito dentro de la estructura fue uno de los más desafiantes pero finalmente se halló con la respuesta. La cafetería fue también construida con un solo contenedor de mercancía situado en primera planta donde se puede acceder a ella por medio de unas escaleras colocadas en el interior de un contenedor.



Justo en esta planta alta, se ha reservado un espacio al aire libre tipo terraza, donde los visitantes puedan pasar un momento agradable. Además, se diseñó en el propio contenedor de la cafetería, una pequeña tienda con *souvenirs* y *merchandising* de la marca.

A pesar de la complejidad de la cuestión, este proyecto y festival pretende contribuir al ámbito cultural y arquitectónico, proporcionando una plataforma única para el desarrollo y la apreciación de las artes en armonía con el entorno.

Proceso de creación

El proceso de creación fue, sin duda, tedioso pero, a su vez, muy gratificante. Tratar con un programa de diseño 3D es siempre una tarea desafiante y en esta ocasión no fue menos.

Se comenzó con la realización de los contenedores de mercancía, uno más pequeño de 20 pies, que sería utilizado para la escalera, y otro mayor de 40 pies. Este último sería el que diese forma a las zonas principales del espacio del festival. Con él, previamente se propusieron diferentes estructuras que fueron formándose gracias a las incalculables posibilidades que brinda la estructura modular que caracteriza a los contenedores. Como piezas de Lego se fue apilando, transformando y alterando las combinaciones hasta encontrar la correcta.

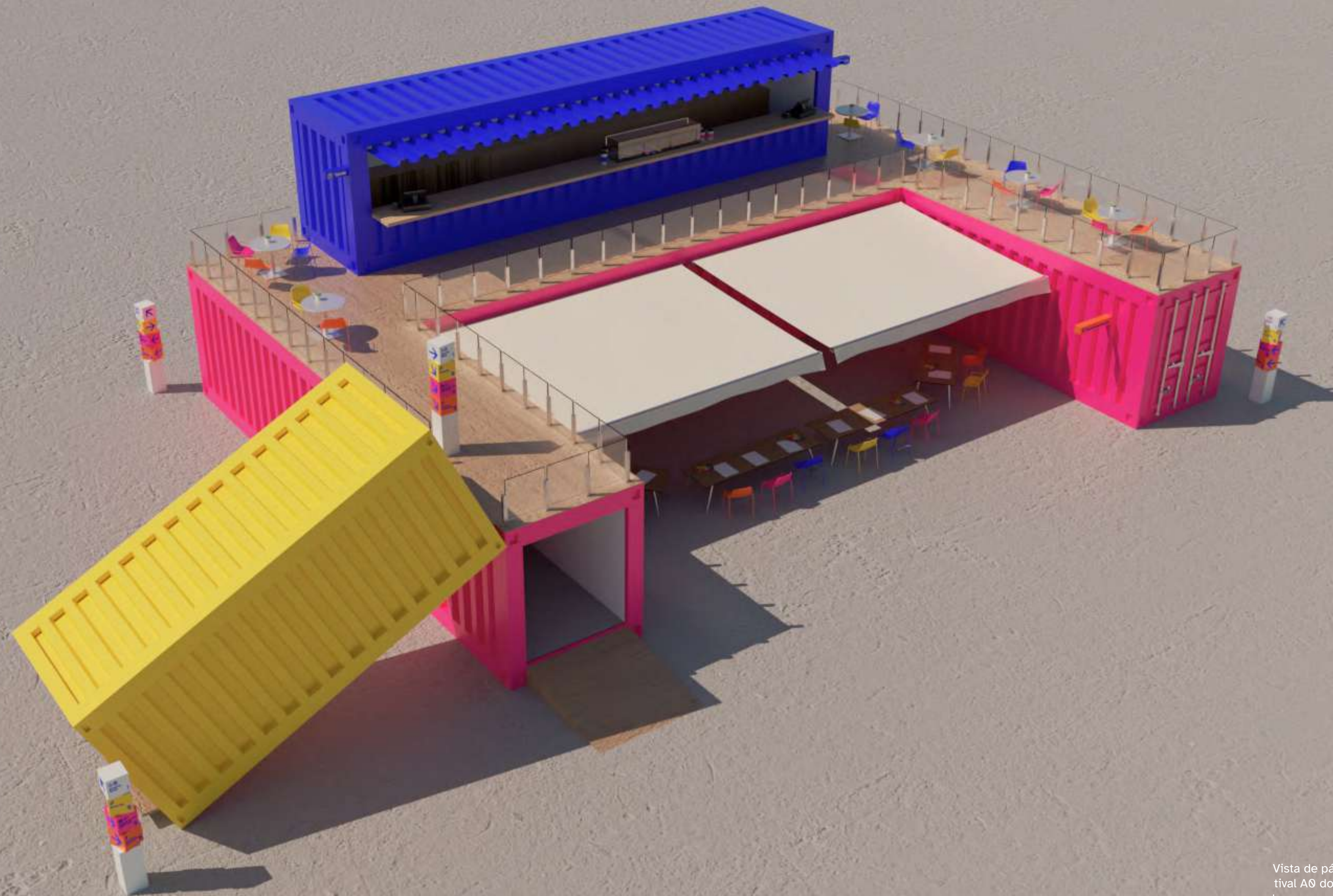
La elegida fue la disposición de cinco contenedores de 40 pies en forma de “U” junto a uno de 20 pies que serviría de escalera para acceder a la planta superior. La forma en “U” brindaba ciertas ventajas para el espacio del festival. Entre esas, caben destacar la posibilidad de crear un recorrido cerrado dentro de la galería de arte, en el interior de esa “U” se pudo colocar la zona multidisciplinar que en un principio carecía de área y por último, permitía que las zonas estuviesen muy bien diferenciadas cada una de ellas, ya fuese la parte frontal, lateral o trasera cobrase relevancia en el evento.

Tras definir la forma que tomaría la estructura, inició el proceso creativo. Laborioso y extenso, debido al propósito de crear una propuesta lo suficientemente atractiva y rea-

lista posible. Esta meta dificultó el proceso de creación por lo que se tuvo que desechar ciertos elementos adicionales que dificultaban extremadamente el renderizado de las imágenes. Algunas texturas, objetos e iluminación provocaron un retraso en el ritmo de trabajo viéndose comprometido. Se tuvo que recurrir a ordenadores secundarios para crear los renders necesarios para la presentación de la estructura creada. Por esto, y por la lentitud del renderizado, se optó por simplificar algunos aspectos del diseño, mejorando la eficiencia y reduciendo las problemáticas encontradas.

Una vez, realizados los renders deseados se prosiguió a la edición de algunas imágenes en Photoshop para intentar arreglar la iluminación, el color y otros elementos.

Las imágenes definitivas se presentan a continuación.



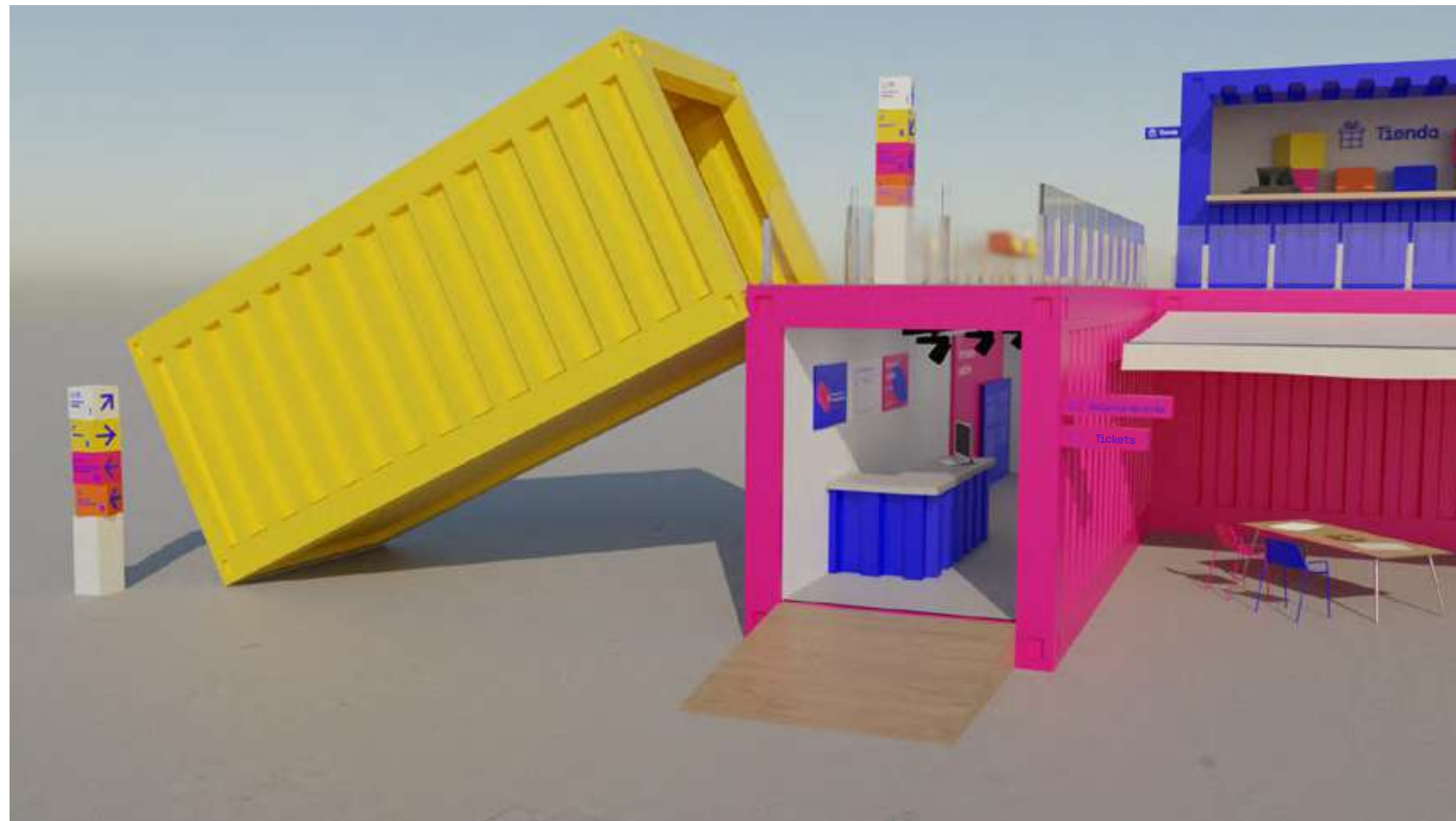
Vista de pájaro del espacio diseñado para el festival A0 donde se observa la entrada a la galería, la zona multidisciplinar y la primera planta con la tienda, la cafetería y su respectiva terraza.



Vista de pájaro del espacio diseñado para el festival A0 donde se observa el escenario con una demostración de como se vería un espectáculo con las respectivas pantallas LED a los lados y en la parte superior.



Zona del escenario desde diferentes puntos.



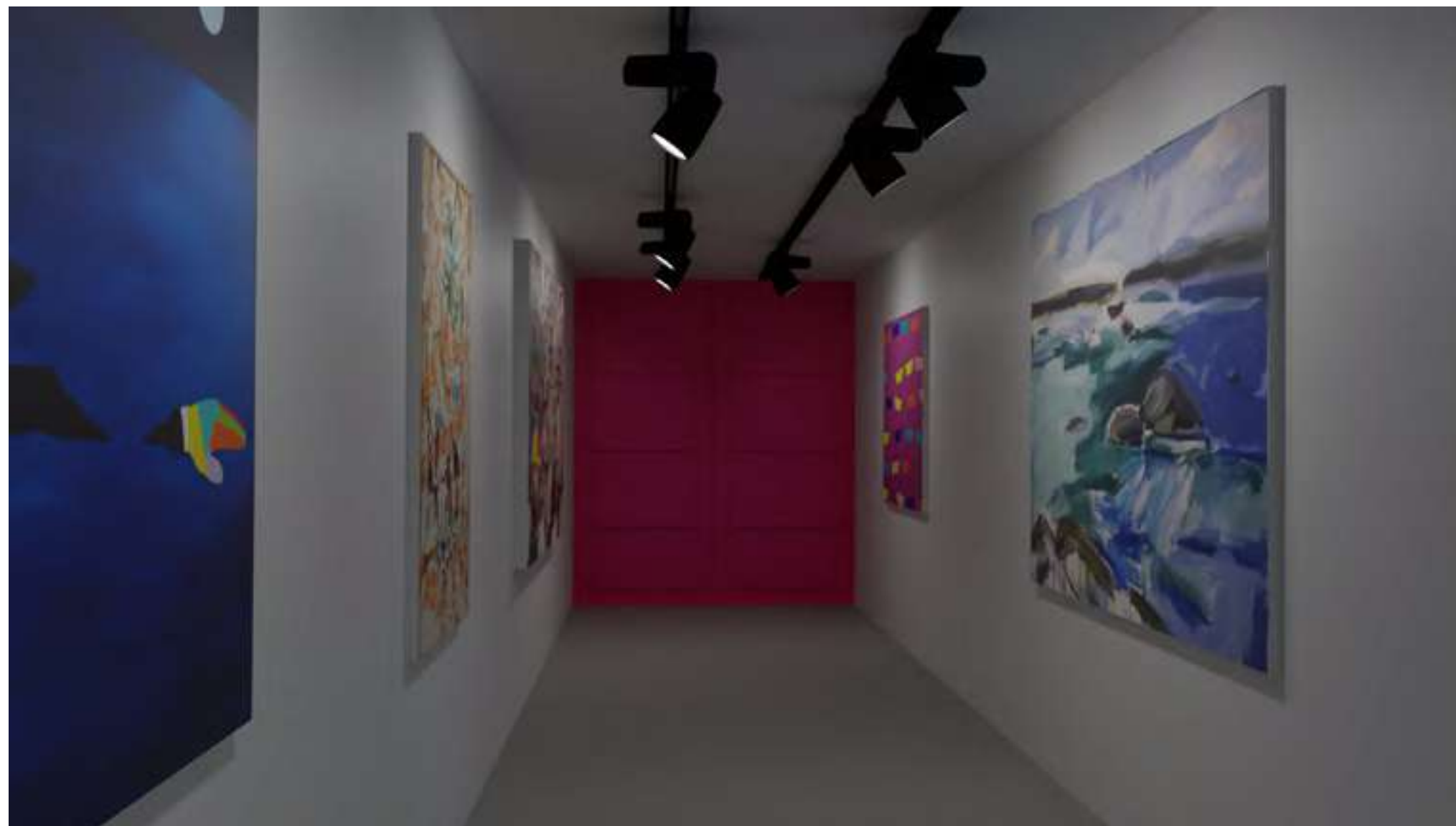
Vista de la entrada de la galería con su correspondiente señalización y vista de las escaleras que acceden al primer piso.



Zona de mostrador con la cartelería correspondiente a la exposición y la compra de billetes y paneles explicativos sobre la exhibición "Entre acero y salitre".



Interior de la galería de arte



Interior de la galería de arte





Vista de la cafetería, tienda y terraza con el diseño de mobiliario de los colores corporativos de A0.



Detalles del mobiliario de sillas y mesas para la terraza y cafetería del festival.

A2.5

Material informativo
y promocional

Cartelería

La cartelería desempeña un papel fundamental en la comunicación, información y promoción de un festival, y su importancia radica en diversos aspectos que contribuyen al éxito y la visibilidad del evento. Por ello, en A0 los carteles cobran un gran sentido y simbología para la justa representación de la identidad.

Para crear el diseño de estos, se debió tener en cuenta varias cuestiones como la buena legibilidad o el impacto visual con la intención de llamar la atención de diferentes públicos y despertar el interés por la cultura y las expresiones de esta.

Se tuvieron en cuenta distintos referentes, entre los que cabe destacar Quim Marin, diseñador gráfico especializado en cartelería. El gran impacto visual que consigue constantemente en todas sus creaciones era inspirador. Por ello mismo, se estudió su manera de estructurar los carteles y la información dispuesta en ellos ya que su jerarquía tipográfica suele ser clara, limpia y concisa.

Al final se crearon un total de cinco carteles con el objetivo de crear un universo visual en relación al festival de A0 por medio de la cartelería.

Uno de estos carteles es animado, para poder ser visualizado en diferentes soportes digitales.



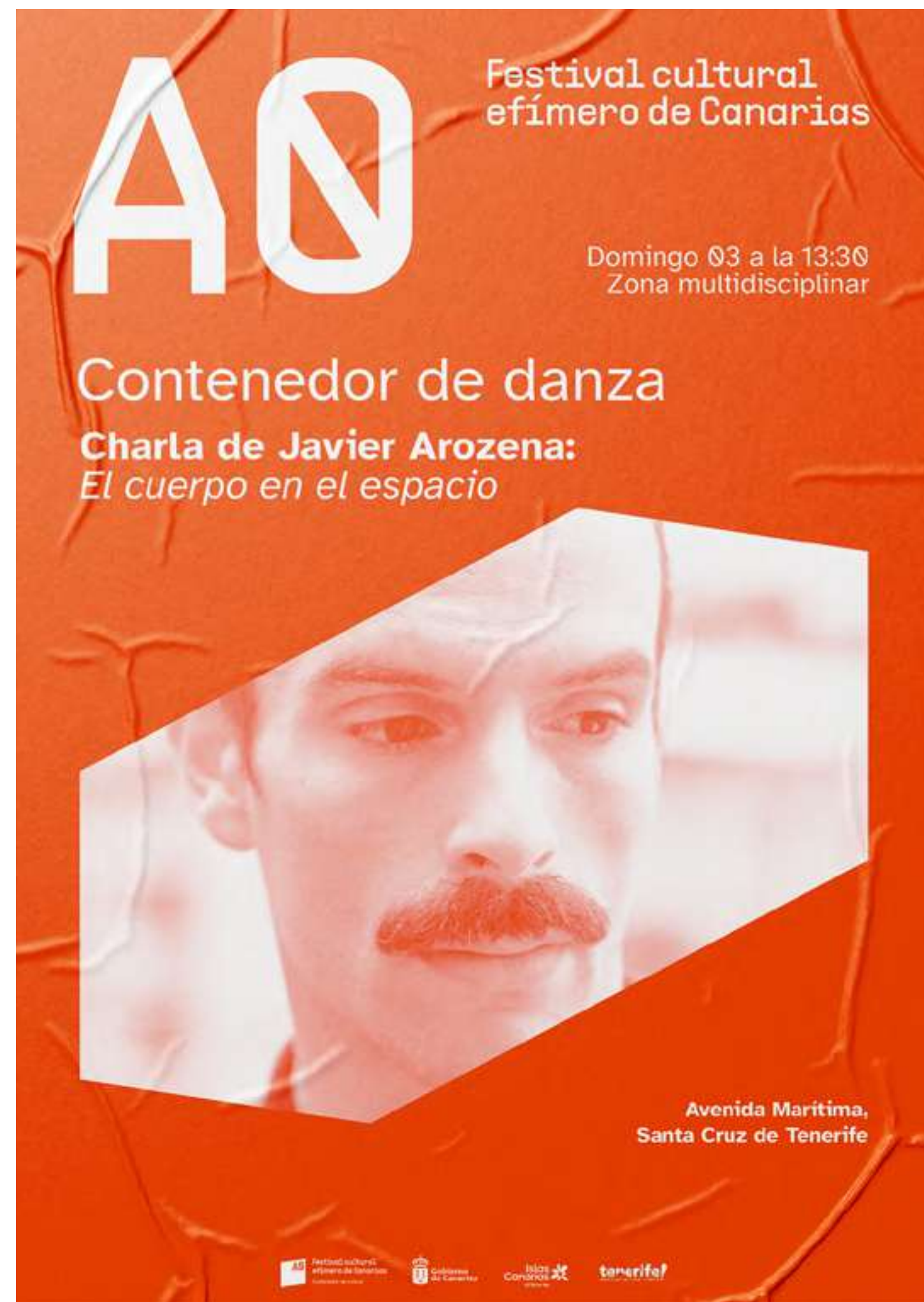
Principal cartel del festival A0



Cartel del festival A0 para promocionar las fechas programadas en Santa Cruz de Tenerife



Cartel del festival A0 para promocionar las fechas y la programación en Santa Cruz de Tenerife



Cartel para promocionar una de las actividades del festival (charla de Javier Arozena sobre *El cuerpo en el espacio*) en Santa Cruz de Tenerife



Cartel sobre el tour de las islas que realizará A0 entre septiembre y noviembre del 2023

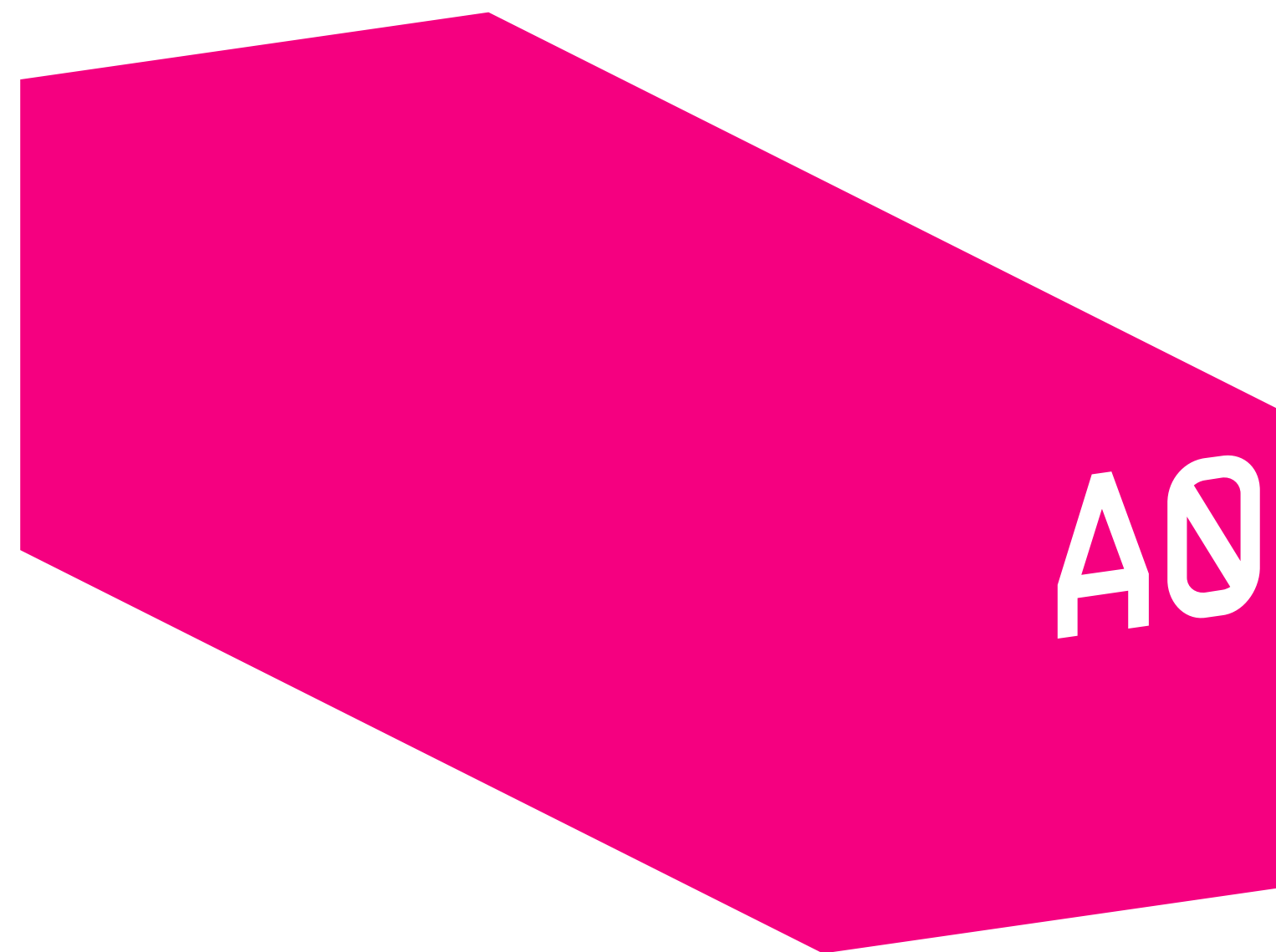
Ticket de acceso a la galería



Para asegurar una buena experiencia a los visitantes, se ha diseñado un ticket de acceso a la galería que se podrá adquirir por la página web oficial y en el mostrador dentro de la propia galería. Con esto, se pretende que el número de personas viendo la exposición sea como máximo de 15 personas. Así, se podrá disfrutar tranquilamente de las obras expuestas además de controlar debidamente el control de acceso.

El ticket diseñado parte del propio isologo de la identidad de A0, siendo completamente de color rosa debido a su relación con la parte de arte del festival lo que refuerza la imagen visual de la marca.

En la cara frontal, se muestra simplemente el contenedor con el logotipo y en la parte trasera es donde se incluye toda la información relevante tanto para los visitantes como para los organizadores del evento. Se incluye un código QR que, en este caso se corresponde con la página web de A0, los recepcionistas o personal del festival puedan tener un seguimiento del público que entra a la galería además de comprobar que la hora y día se corresponde con el billete comprado.



12 cm



El ticket mide de ancho un total de 12 cm siendo la letra más pequeña la reservada para el texto "billete válido para una entrada" de 5 puntos de tamaño. Se dispone orgnizadamente la información para que sea de fácil entendimiento para los visitantes y los empleados del festival.

Folleto de la galería

Dentro de la galería de arte, se disponen los cuadros en cuatro paredes para ser observados con detenimiento mientras se realiza el recorrido de la exhibición. El ruido visual que generarían los carteles informativos sobre las obras expuestas podría llegar a ser molesto o causar distracción a lo verdaderamente importante que son las obras. Por este motivo, se realizó un folleto para guiar y ayudar a identificar los cuadros sin la necesidad de colocar una distracción visual.

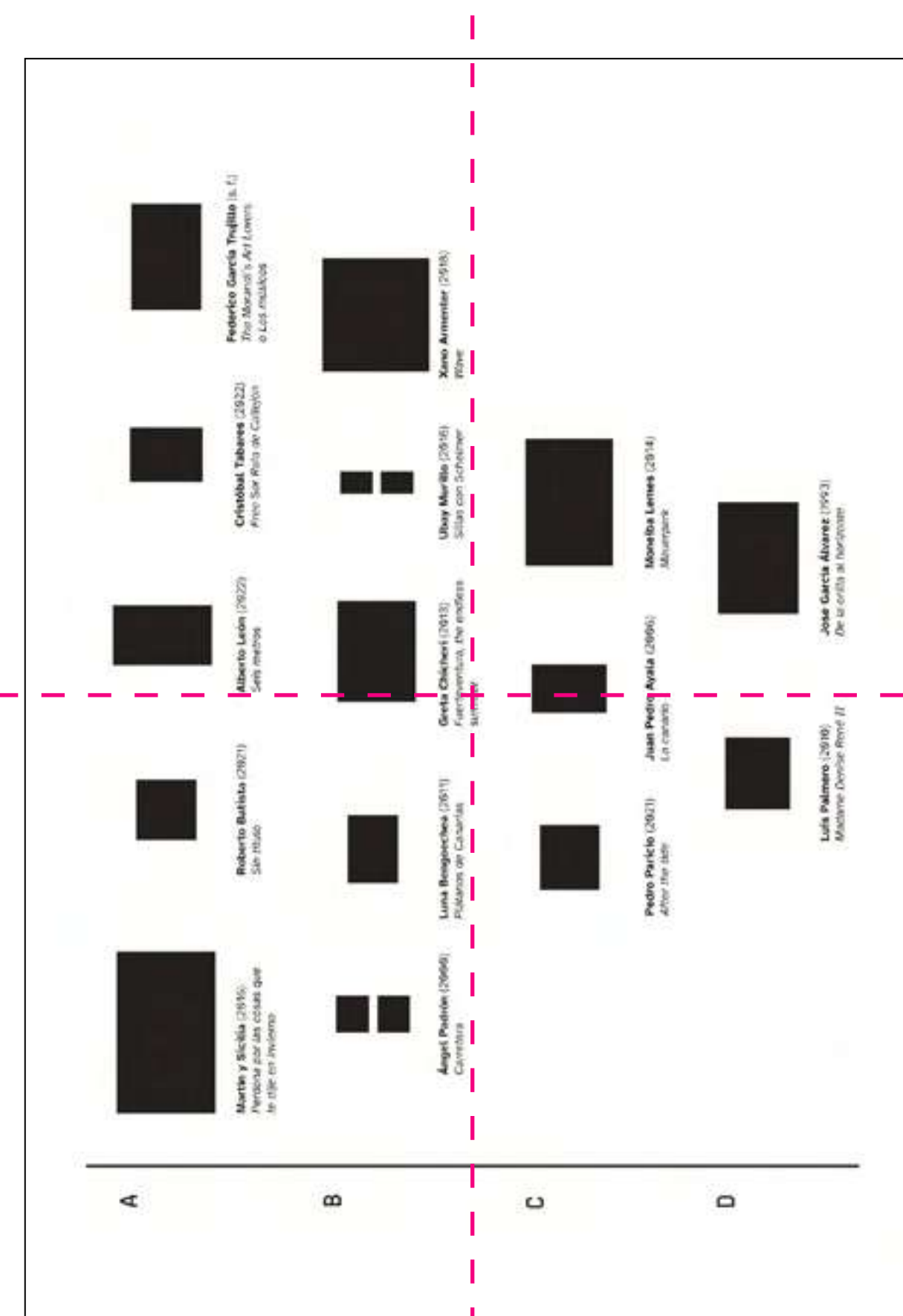
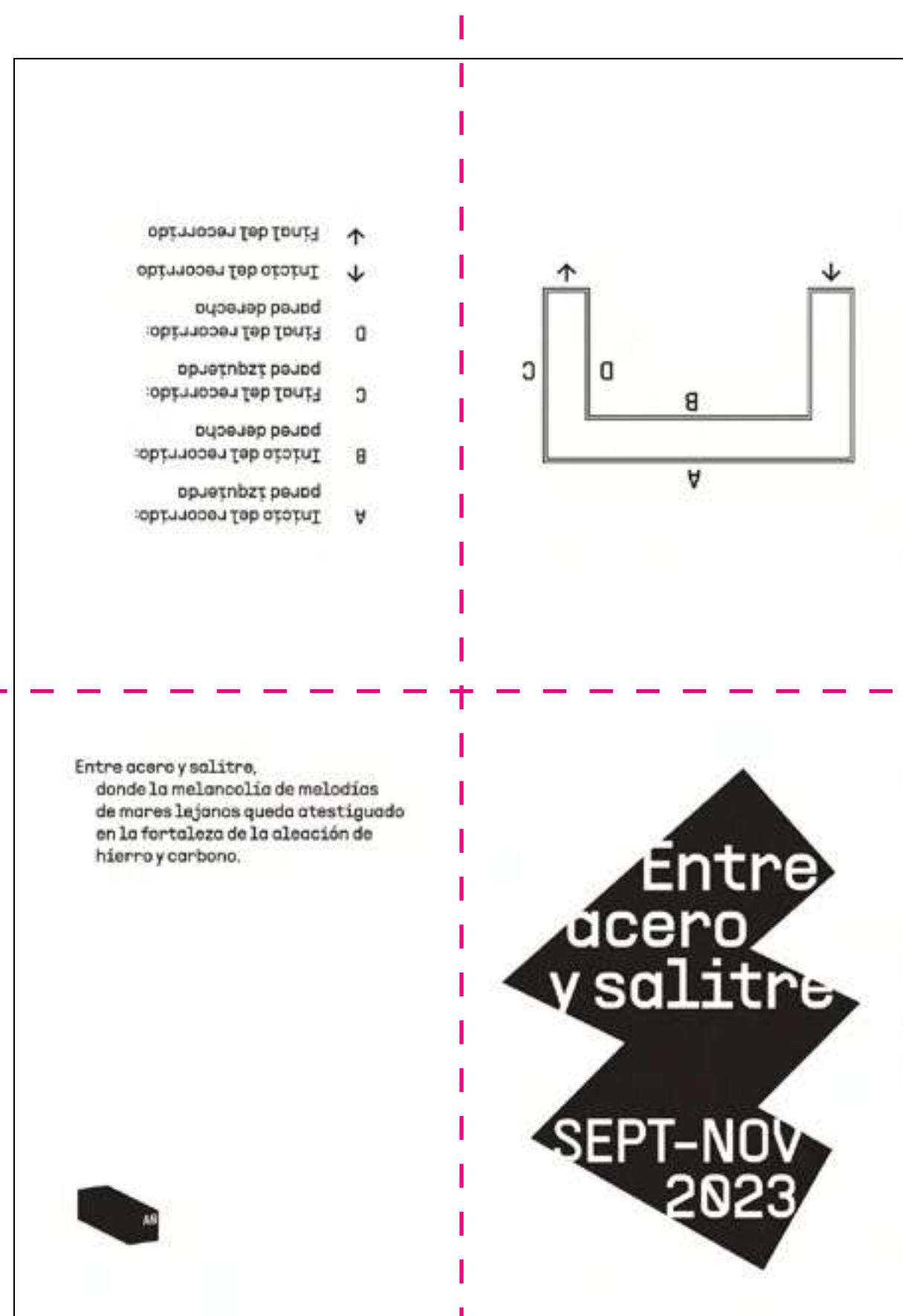
El folleto es de tamaño din A4 para que sea de fácil manejo y no suponga un estorbo si se desea seguir disfrutando del festival tras la visita. Además, podría considerarse como un souvenir o pequeño recuerdo de la estancia en A0. Se dobla dos veces por la mitad para ser guardado en un bolso o incluso bolsillo por lo que para ser leído adecuadamente se comenzaría con la parte frontal, donde está el título de la exhibición “Entre acero y salitre”, se abriría de par en par para obtener la información relevante sobre de como se estructura el recorrido y por último, se abriría en su totalidad donde se encontrarían debidamente señalizadas, las obras y su información más relevante en el siguiente orden: nombre del autor, año de realización y nombre de la obra.

Este folleto ha sido impreso en risografía a una sola tinta sobre papel ecológico de 80 gramos/m² lo que aporta un acabado único y especial con un color muy vibrante de rosa (para continuar con el refuerzo de la identidad visual corporativa y el uso del color de la marca).



Portada y contraportada del folleto de la exhibición *Entre acero y salitre*

Aspectos técnicos



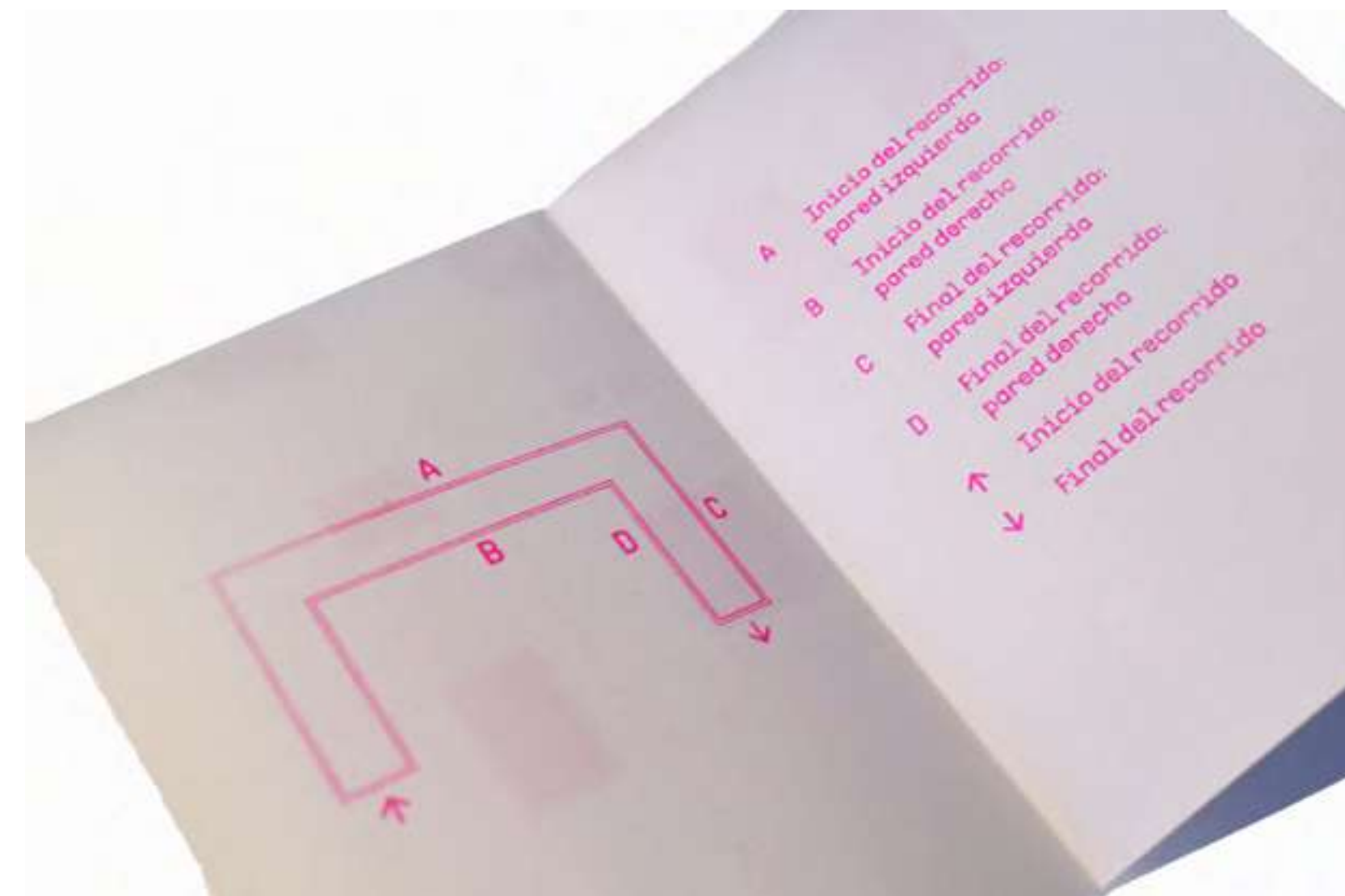
Para la correcta impresión en risografía se debe preparar el documento para imprimir, esto consiste en realizar el diseño completamente en negro e imprimirlo en un folio corriente para luego ser escaneado en la impresora. El diseño debe ir en negro para que la tinta de la impresora comprenda que se debe realizar con la mayor opacidad posible además hay que dejar ciertos márgenes alrededor del diseño como área de seguridad.

El área de seguridad recomendada para esta impresora es de 2 cm pero tras varias pruebas se comprobó que el diseño de este folleto podía imprimirse con un poco menos de márgenes. Esto se hizo para que pudiese aprovecharse el folio al completo sin necesidad de guillotinar, lo cual puede inducir a error.

Tras varios testeos, se tuvo que modificar el diseño original y finalmente se realizó el exhibido.

Hay que recalcar que con la máquina de impresión risográfica disponible se deben hacer muchos de los procesos manualmente como la impresión a doble cara, por lo que se debe prestar especial atención a la forma de imprimir para evitar cometer errores.

El diseño final del folleto de la exhibición de A0, *Entre acero y salitre*, se muestra más en detalle en las siguientes páginas.



Página web

La página web fue creada en el programa Cargo para promover y difundir la información relevante de A0. Esta plataforma digital busca brindar una experiencia interactiva y atractiva para los usuarios, proporcionando información detallada sobre el festival y sus distintas áreas temáticas, así como una programación actualizada y un mapa con la ubicación de los eventos que se realizarán en las islas.

Para el inicio de la página, se realizó en los programas de Blender y After Effects una animación del contenedor de mercancía, símbolo principal de A0. Es una simple animación donde se observa a esta caja de metal girar en “loop” mientras se van cambiando los colores para representar la paleta cromática de la identidad. El menú se dispone en la parte inferior de la pantalla y en la zona superior izquierda se encuentra el nombre de festival junto con su tagline, que al hacer click en ellos se volvería a esta pantalla inicial.

Con respecto al resto de apartados, se han diseñado un total de siete:

1. Sobre A0
2. Arte
3. Música
4. Danza
5. Teatro
6. Programa
7. Mapa

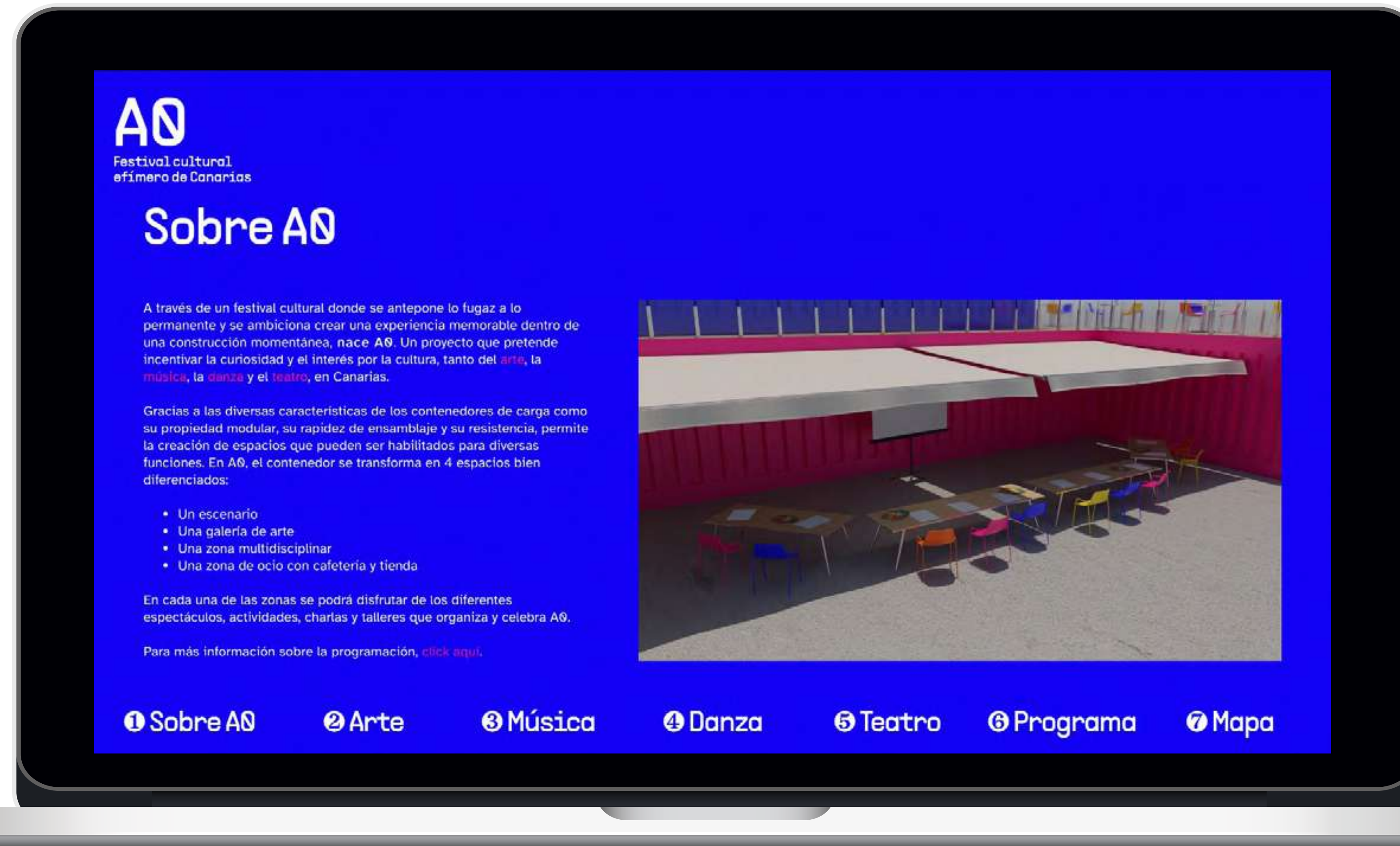
En los apartados de las manifestaciones artísticas se ha realizado un tratamiento de las fotografías con efecto de duotono o monotono dependiendo de la imagen. Se desarrolló con la idea de que cada sección fuese bien diferenciada siguiendo el uso de color que se establece como parte de la identidad visual de A0. Aún así, se consideró adecuado incorporar de alguna manera efectiva la imagen original para ser visualizada por el usuario. Por esto, a través del uso de código tanto CSS como HTML, se logró que al pasar por encima de la imagen se pudiera ver la original. Además de esto, también se consideró oportuno añadir los enlaces a las respectivas páginas webs de los artistas. De esta forma, si el usuario quisiera aprender más sobre el artista puede simplemente hacer click, lo que automatiza y reduce el tiempo de búsqueda. Para algunos de los músicos y cantantes se enlazó directamente con su perfil de Spotify o canal de YouTube para disfrutar de la música de cada uno de ellos. En cuanto a las secciones de “Sobre A0”, el programa y el mapa, el diseño es más simple.

Para esta primera, se reservó este espacio para la presentación del festival con una descripción completa y concisa de la esencia y los objetivos de A0. En ella puede observarse un carrusel de imágenes del diseño de espacios realizado para este proyecto por medio del programa Blender de diseño 3D. A parte del menú dispuesto en la zona inferior, se ha añadido los links o enlaces a las páginas, resaltados en color rosa dentro de la descripción.

Por otro lado, el apartado de programa presenta la programación diseñada e ideada para el festival. Durante tres días desde la mañana hasta la noche, se podrá disfrutar de actuaciones, talleres, actividades, charlas y conferencias de diferentes artistas de cada ámbito que incluye el festival. El programa mostrado es el de la Avenida Marítima, en Santa Cruz de Tenerife que se realizaría del viernes 1 de septiembre al domingo 3. Este apartado se divide en 5 columnas: la primera con la información del lugar y los días que durará el evento, la segunda con la fecha específica, la siguiente se desarrolla cada una de las actividades con su respectivo horario y las siguientes dos columnas indican la zona donde se realizará dentro del espacio del festival y el tipo de manifestación artística al que corresponde el evento.

Por último, para la realización de la sección del mapa, se estudió minuciosamente las posibles zonas donde podría llegar a realizarse el festival para hacerlo lo más realista posible. Para averiguar los puntos estratégicos donde poder desarrollar un evento de esta índole, se realizó un estudio de referentes para ver como y donde previos eventos, ferias y festivales se hicieron. Se llegó a la conclusión que era en las zonas más turísticas y capitales de isla donde se desarrollaban. Gracias a esta información y junto experiencias personales, se pudo diseñar ese tour por las islas Canarias para hacer llegar A0 a cada una de ellas. En esta sección también se incluye el recorrido con sus respectivas fechas e imágenes vectorizadas de cada una de las islas con la ubicación exacta donde se desarrollaría el festival.







Arte

A0 acoge por medio de su galería de arte las obras de distintos artistas de las Islas bajo la exposición "Entre salitre y acero", donde la melancolía de melodías de mares lejanos queda atestiguado en la fortaleza de la aleación de hierro y carbono.

Una celebración del arte de Canarias con la participación de renombrados artistas que abrirá sus puertas a partir del 1 de septiembre del 2023.

11:30

Tickets

[1 Sobre A0](#) [2 Arte](#) [3 Música](#) [4 Danza](#) [5 Teatro](#) [6 Programa](#) [7 Mapa](#)



A0 acoge por medio de su galería de arte las obras de distintos artistas de las Islas bajo la exposición "Entre salitre y acero", donde la melancolía de melodías de mares lejanos queda atestiguado en la fortaleza de la aleación de hierro y carbono.

Una celebración del arte de Canarias con la participación de renombrados artistas que abrirá sus puertas a partir del 1 de septiembre del 2023.

11:30

Tickets

[3 Música](#) [4 Danza](#) [5 Teatro](#) [6 Programa](#) [7 Mapa](#)



Your Cart

Tickets	11:30	1	0 €
---------	-------	---	-----

Subtotal: 0 €

Checkout →





Música

A0 celebra los artistas musicales de las islas con una selección de renombre. Tanto vocalistas como instrumentales e incluso DJs, presentarán en exclusiva unas excepcionales actuaciones de la mano de los siguientes artistas:



Daniela Casañ

- 1 Sobre A0
- 2 Arte
- 3 Música
- 4 Danza
- 5 Teatro
- 6 Programa
- 7 Mapa



Danza

La selección de bailarines y compañías de danza de A0 explora los diferentes estilos y narrativas en el mundo de la danza. Con ello, se celebra la riqueza de la expresión artística, el talento y la pasión que existe en las Islas Canarias por este arte.



Masu Fajardo

- 1 Sobre A0
- 2 Arte
- 3 Música
- 4 Danza
- 5 Teatro
- 6 Programa
- 7 Mapa

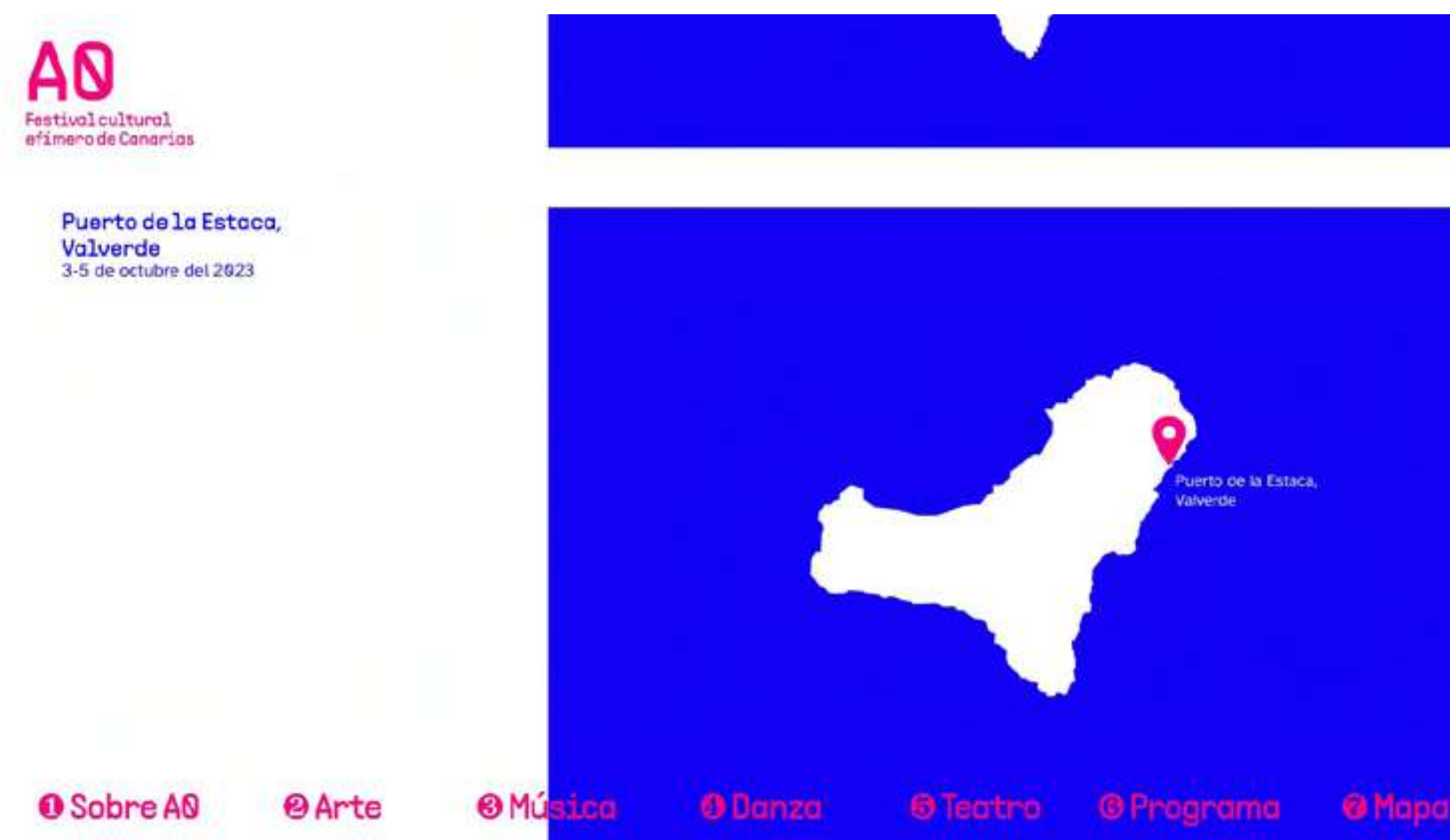
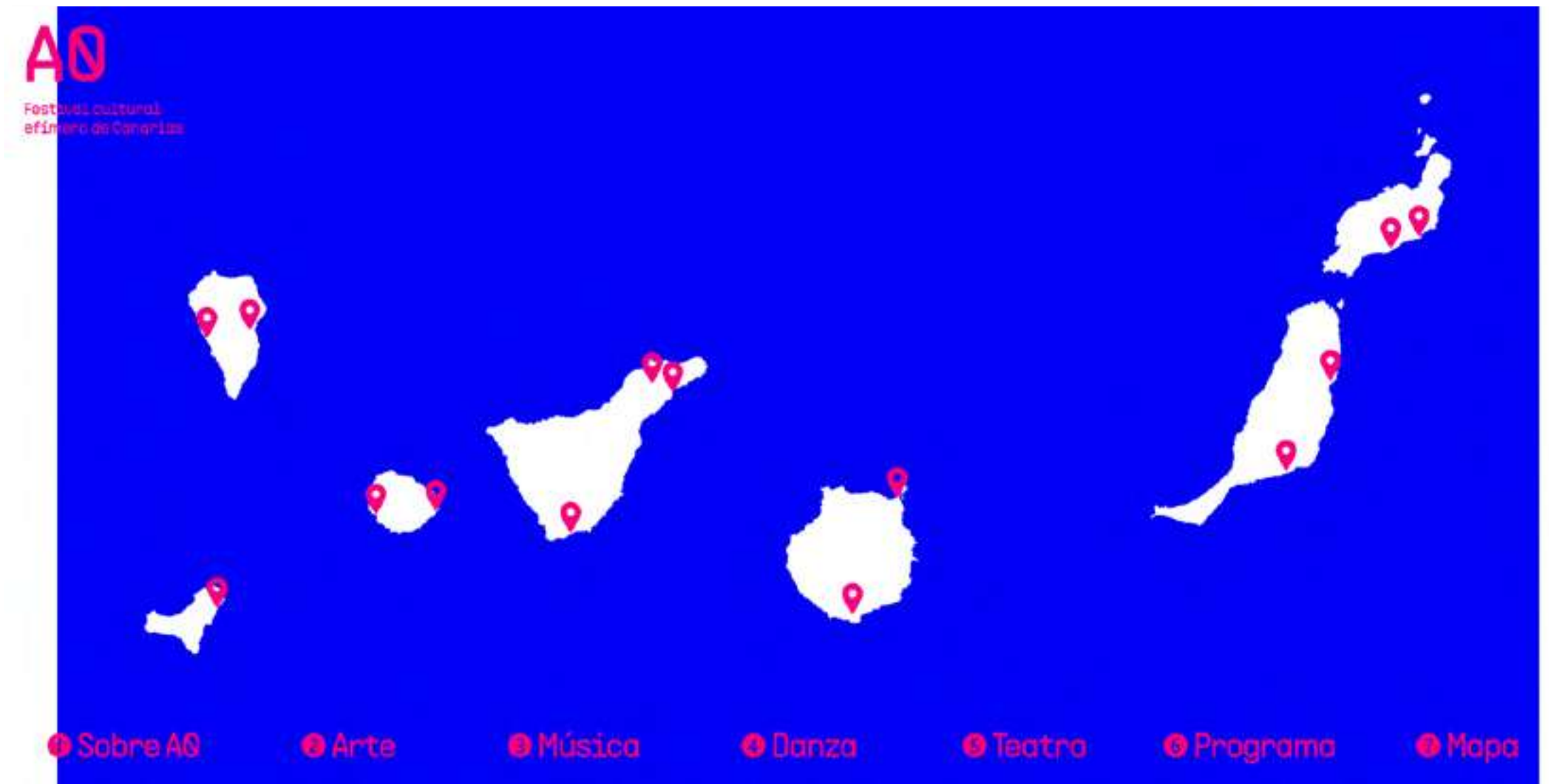
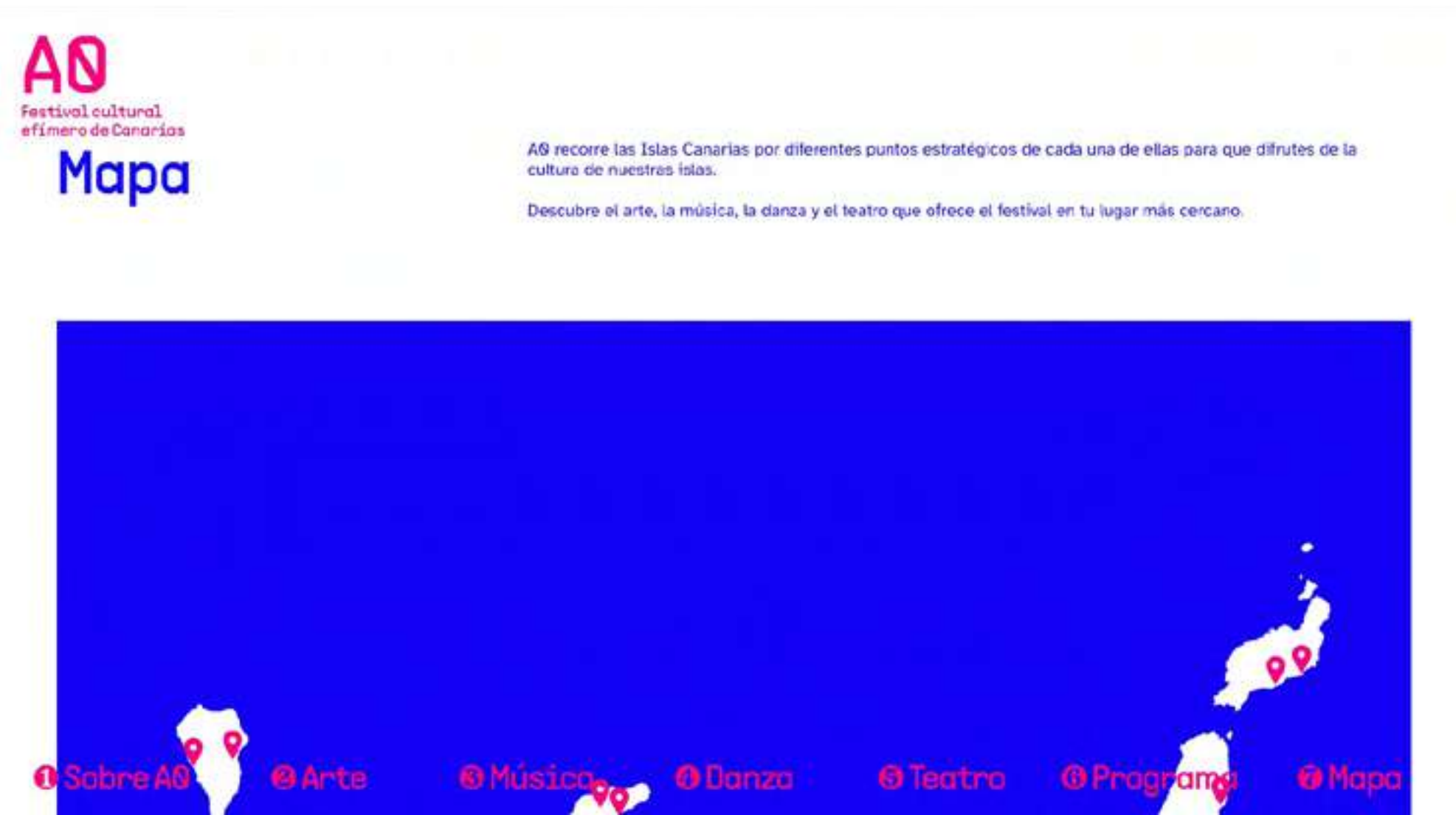


Teatro

En A0, el teatro es una celebración de la narración en vivo y la expresión escénica. A0 contará con la participación de compañías teatrales reconocidas en las islas, cuyas actuaciones nos transportarán a mundos imaginarios así como nos sumergirán en historias conmovedoras. Desde clásicos adaptados a producciones vanguardistas, cada representación teatral nos brindará un encuentro inolvidable con la magia del escenario.



- 1 Sobre A0
- 2 Arte
- 3 Música
- 4 Danza
- 5 Teatro
- 6 Programa
- 7 Mapa



Conclusión

de la fase de desarrollo

Cuando la arquitectura, el arte y sus respectivas manifestaciones se aunan, se erige A0.

Un proyecto ambicioso y desafiante desde su inicio hasta su fin donde se disipa los límites del diseño, el arte y la arquitectura con la intención de generar un trabajo único y memorable. Los valores de A0 como identidad quedan patentes en estas páginas y se extrapolan a los propios de este proyecto en un intento de hacer, lo efímero y fugaz, lo memorable y resistente.

Este proyecto ha supuesto un desafío y, a su vez, un logro personal viéndose comprometidos conocimientos y límites propios pero que con mucho orgullo han sido superados. Un crecimiento constante que es ostensible en esta memoria donde quedan recogidos cada uno de los proyectos realizados para A0.

Los objetivos y metas creativas que se plantearon en un principio, han sido llevados a cabo, con la creación de un festival cultural donde el arte y la arquitectura de lo efímero cuestiona lo perdurable del recuerdo. Con este ideal, se ha diseñado un evento que celebra el arte, la música, la danza y el teatro de las islas con la intención de incentivar la curiosidad por la cultura entre un vasto número de personas. A0 se ha comprometido por crear un acercamiento único entre el público y la cultura, entre los visitantes y los artistas, entre las personas y el arte.

Gracias a las propiedades modulares de los contenedores marítimos se ha podido de-

sarrollar y diseñar este proyecto con su respectiva propuesta de diseño de espacio en 3D y la identidad visual corporativa que toma como símbolo a esta gran caja de metal.

Se ha también logrado idear una programación atractiva, una señalética que responde al código visual de la marca, una cartelería que consigue cautivar el interés del espectador hacia el evento y una página web interactiva e informativa.

Con todo esto, se ha podido poner en práctica todas las herramientas, metodologías y técnicas aprendidas hasta el momento, en un proyecto que ha resuelto la cuestión de que aquello que es capaz de desaparecer, es también capaz de permanecer, en este caso, no de forma física pero sí mental.

Bibliografía

de textos

AntFarm. (1971). *Inflato CookBook* (1.a ed.) [Online]. Ant Corps. <https://web.media.mit.edu/~bcroy/inflato-splitpages-small.pdf>

Asale, R.-. (s. f.). *festival* | *Diccionario de la lengua española*. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. <https://dle.rae.es/festival>

Binder, D. (s. f.). *The arts festival revolution* [Vídeo]. TED Talks. https://www.ted.com/talks/david_binder_the_arts_festival_revolution?utm_campaign=tedsread&utm_medium=referral&utm_source=tedcomshare

Bonet, L. (2011). Tipologías y modelos de gestión de festivales. *ResearchGate*. https://www.researchgate.net/publication/237075477_Tipologias_y_modelos_de_gestion_de_festivales

Caravana Acueducto | Campanyà Vinyeta Arquitectes. (s. f.). <http://www.cvarq.com/feines/caravana-acueducto/>

Ciudades-Expo: Convocatoria Para una Exposición Universal Operativa con El Contexto - ProQuest. (s. f.). <https://www.proquest.com/docview/2725276507?pq-origsite=primo>

Confidencial, E. (2014, 20 octubre). La Caravana Expo 2008 invita en Madrid a la reflexión sobre el cambio climático. *elconfidencial.com*. https://www.elconfidencial.com/sociedad/2007-11-15/la-caravana-expo-2008-invita-en-madrid-a-la-reflexion-sobre-el-cambio-climatico_367404/

de Larrucea, J. R. (2018). *Manual del transporte en contenedor*. Marge Books. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=8DN8DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA55&dq=detalles+tecnicos+contenedores&ots=tr2unzhJKK&sig=-WhIL3YX6_SsVHK0PqSAGcQtm-9g#v=onepage&q=detalles tecnicos contenedores&f=false

Designboom. (2012). MMW architects: shipping container art gallery. *designboom | architecture & design magazine*. <https://www.designboom.com/architecture/mmw-architects-shipping-container-art-gallery/>

Dmoda, Á. (2020, 8 agosto). La moda regresa «como antes»: Louis Vuitton presenta su nueva colección con un desfile en Shanghái. *El Correo*. <https://www.elcorreo.com/alavadmoda/moda/moda-regresa-louis-20200808093252-nt.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>

Edinburgh International Festival. (2023, 6 junio). *Edinburgh International Festival*. <https://www.eif.co.uk/>

EIP · ESCUELA INTERNACIONAL DE PROTOCOLO · EIP. (s. f.). https://www.protocolo.com/web_files/noticias/Noticias/2007/Noviembre/02Nov07/caravanaexpo.htm

Europa Press. (s. f.). *La Caravana de la Expo Zaragoza 2008 recorrerá Madrid, Barcelona, Sevilla, Valencia y Bilbao para darse a conocer*. *europapress.es*. <https://www.europapress.es/sociedad/medio-ambiente-00647/noticia-caravana-expo-zaragoza-2008-recorrera-madrid-barcelona-sevilla-valencia-bilbao-darse-conocer-20071031131644.html>

ExpoZaragoza. (2008). Expo Zaragoza 2008. Recuperado 1 de marzo de 2023, de <https://www.expozaragoza2008.es/>

Event Management. (s. f.). Uttarakhand Open University. Recuperado 5 de junio de 2023, de <https://www.uou.ac.in/sites/default/files/slm/HM-402.pdf>

Festival and Events Management. (s. f.). Google Books. https://books.google.es/books?id=Uv6y23jmU9AC&pg=PA51&hl=es&source=gbs_toc_r&cad=3#v=onepage&q=definicion&f=false

Festival de San Sebastián. (s. f.). sansebastianfestival. <https://www.sansebastianfestival.com/es/>

Festival Internacional de música de Canarias. (s. f.). <https://www.icdcultural.org/fimc-2024>

Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro. (2023, 30 mayo). *El festival · Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro*. <https://www.festivaldealmagro.com/el-festival/#presentacion>

Festival Madrid en Danza 2023 de la Comunidad de Madrid. (s. f.). Festival Madrid en Danza 2023 de la Comunidad de Madrid. <https://www.madrid.org/madridendanza/2023/index.html>

festival noun - Definition, pictures, pronunciation and usage notes | Oxford Advanced Learner's Dictionary at OxfordLearnersDictionaries.com. (s. f.). <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/festival#:~:text=%2Ffest%2F-,%2Ffest%2F,a particular activity or idea>

Festivales culturales | BlogBibliotecas. (2014, 8 septiembre). <http://blogbibliotecas.meecd.gob.es/2014/09/08/festivales-culturales/>

Finkel, R., & Platt, L. (2020). Cultural festivals and the city. *Geography Compass*, 14(9). <https://doi.org/10.1111/gec3.12498>

Flores Hurtado, C. (2018). *La arquitectura efímera y la transformación del espacio urbano. Algunos casos españoles entre 2016 y 2018* [Tesis]. Universidad de Málaga.

Flores Hurtado, C. (2020). *ARQUITECTURA HINCHABLE CONTEMPORÁNEA LA FUNCIONALIDAD DE LO EFÍMERO* [Tesis]. Universidad Complutense de Madrid.

GAD | MMW Architects | Archello. (s. f.). Archello. <https://archello.com/project/gad>

GAD is a Mobile Shipping Container Gallery For Traveling Art Exhibitions. (2012, 20 marzo). Inhabitat. Recuperado 2 de marzo de 2023, de <https://inhabitat.com/gad-is-a-mobile-shipping-container-gallery-for-traveling-art-exhibitions/>

Giant Containers. (n.d.). *Giant Containers | Modular Buildings*. Retrieved February 25, 2023, from <https://giantcontainers.com/>

Hevia Tagle, S. (2022). *DECONSTRUCCIÓN Y CONSTRUCCIÓN. EXPOSICIONES UNIVERSALES Y SU OBSOLESCENCIA PROYECTUAL* [Tesis]. Escuela de Arquitectura de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Jackson, A. K. (2022). GAD Mobile Art Gallery by MMW Architecture. *TheCoolist*. <https://www.thecoolist.com/gad-mobile-art-gallery-by-mmw-architecture/>

Kotnik, J. (2013). *New Container Architecture*. Links. https://issuu.com/conhouse/docs/container_architecture_2_finale

Kotnik, J. (2008). *Container Architecture. Este libro contiene 6441 contenedores*. Link-Books.Net. file:///C:/Users/ruth/Downloads/topaz.info-jure-kotnik-container-architecture-links-books-2008pdf-pr_90af29358ebbd5d37671bb6042a5511c.pdf

La Biennale di Venezia. (s. f.). La Biennale di Venezia. Recuperado 5 de junio de 2023, de <https://www.labiennale.org/en>

Levinson, M. (2006). *La Caja*. Universidad de Princeton. https://m.marefa.org/images/2/29/The_box_-_how_the_shipping_container_made_the_world_smaller_and_the_world_economy_bigger.pdf

López César, I. (2014). *La aportación estructural del Crystal Palace de la Exposición Universal de Londres 1851. Una ampliación del enfoque histórico tradicional*. [Tesis]. Universidade da Coruña.

Mallofré, J. M., de Larrucea, J. R., & Sagarra, R. M. (2007). *Transporte en contenedor*. Marge Books. <https://elibro-net.accedys2.bbt.ull.es/es/ereader/bull/42178>

Minguet, A. (2021). *Container and Prefab Housing. Sustainable and Affordable Architecture*. Monsa Publications. https://issuu.com/onebookforyou/docs/container___prefab_housing

Ministerio de trabajo e inmigración & Insituno nacional de seguridad e higrone en el trabajo. (s. f.). Guía técnica sobre señalización de seguridad y salud en el trabajo. En INSST. Recuperado 2 de julio de 2023, de <https://www.insst.es/documents/94886/203536/Gu%C3%ADa+t%C3%A9cnica+sobre+se%C3%B1alizaci%C3%B3n+de+seguridad+y+salud+en+el+trabajo/973e7bd4-65de-4c46-8d6e-c181ffed-b80a>

Morales Ahues, J. (2022). *CIUDADES-EXPO. Convocatoria para una exposición universal operativa con el contexto* [Tesis]. a Escuela de Arquitectura de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Morales Pérez, S., & Pacheco Bernal, C. (2017). *Cuando la música cesa: el papel de los festivales culturales en la creación de espacio urbano* [Tesis]. Universitat Oberta de Catalunya.

Pasamán, E. B. (2023). *Una breve historia de la Instant City de Ibiza*. ArchDaily en Español. <https://www.archdaily.cl/cl/975197/una-breve-historia-de-la-instant-city-de-ibiza>

Pohl, E. B. (2022). Ant Farm. ArchDaily en Español. www.archdaily.cl/cl/02-18400/ant-farm

Puentes, P. (2017, 21 abril). *Las zonas abandonadas de la Expo de Sevilla*. EL PAÍS. https://elpais.com/elpais/2017/04/19/album/1492591679_265464.html#foto_gal_15

PUMA CITY copy — LOT-EK ARCHITECTURE & DESIGN. (s. f.). <https://lot-ek.com/PU-MA-CITY-copy>

Salzburg.info. (s. f.). *Los Festivales de Salzburgo : Programa : salzburg.info*. <https://www.salzburg.info/es/salzburgo/festival-de-salzburgo/festival-de-salzburgo>

Selkani, I. (2019). : *El impacto de un festival sobre la mejora de la imagen de la ciudad a través del marketing territorial* [Tesis]. Universidad de Córdoba.

Salonga, B. (2020, 14 diciembre). *French Fashion Giant Louis Vuitton Teams Up With Giant Containers For Miami Art Week*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/biancasalonga/2020/12/14/french-fashion-giant-louis-vuitton-teams-up-with-giant-containers-for-miami-art-week/?sh=66dd7ce848ac>

Singular Home Design. (2017, 8 febrero). Singular Home Design | Entrevista a Javier Valentín [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=G13CoKz721E>

Special Interest Tourism. (s. f.). Google Books. https://books.google.es/books/about/Special_Interest_Tourism.html?id=fkEaAQAAMAAJ&redir_esc=y

Stevens, Q., & Shin, H. (2014). *Urban Festivals and Local Social Space. Planning Practice and Research*, 29(1), 1-20. <https://doi.org/10.1080/02697459.2012.699923>

S.Vidiella, A. (2016). *Arquitectura efímera, 100 proyectos, 1000 ideas* (1.a ed.) [Impreso]. Promopress.

The Festival d'Avignon. (s. f.). Festival d'Avignon. <https://festival-avignon.com/en/the-festival-d-avignon-609>

Tipo de contenedores marítimos | Transporte de líquidos a granel | F. Ramos. (2018, May 24). Transportes F. Ramos. Retrieved February 25, 2023, from <https://www.transfracmos.com/es/actualidad/200/tipo-de-contenedores-maritimos>

Unknown. (s. f.). Expo Acueducto. <http://sergiofcampillo.blogspot.com/2015/03/expo-acueducto.html>

Virtual Expo Dubai. (s. f.). <https://virtualexpodubai.com/>

Vista de *EL PATRIMONIO EDUCATIVO EN LA EXPOSICIÓN UNIVERSAL DE PARÍS DE 1878.* (s. f.). <https://recyt.fecyt.es/index.php/BORDON/article/view/55827/39084>

Yong, N. (2021). *Louis Vuitton's Insta-Worthy Shipping Containers Have Landed At ION Orchard For Your Next #OOTD Backdrop.* ZULA.sg. <https://zula.sg/louis-vuitton-shipping-containers/>

What is an Expo? (s. f.). <https://www.bie-paris.org/site/en/what-is-an-expo>

Bibliografía

de imágenes

ARCOMadrid (s. f.) Ifema Madrid <https://www.ifema.es/arco/madrid/galerias>

Building Bridges de Lorenzo Quinn en la Biennale de Venecia (2019). Traveler <https://www.traveler.es/viajes-urbanos/articulos/puente-de-brazos-unidos-biennale-de-venecia-2019-lorenzo-quinn-obra-de-arte-building-bridges/15213>

Caravana-Expo de la Expo Zaragoza de 2008 (2008). Asociación Legado Expo Zaragoza 2008 <https://www.legadoexpozaragoza.com/legadoexpo/eventos-de-expo-2008/caravana-expo/>

Casa-contenedor en Woodside Ohio (2023). Expansión https://www.expansion.com/fueradeserie/arquitectura/album/2023/03/14/64070557468aeb4d708b4587_3.html

Crystal Palace en la primera Exposición Universal en Londres (s. f.). La Misma Historia <https://lamismahistoria.es/exposiciones-universales/>

Entrada al Festival Internacional de Arte Contemporáneo (FIAC) de París (2019) Art-net <https://news.artnet.com/art-world/fiac-brexite-1677328>

Escenario del Festival Internacional de Edimburgo (2022) Reviewsphere <https://www.reviewsphere.org/news/15000-people-spectacle-opens-the-75th-edinburgh-international-festival/>

Espectáculo del Festival Internacional de Edimburgo (s. f.) Edinburgh Festival City <https://www.edinburghfestivalcity.com/festivals/edinburgh-international-festival>

Exposición Universal de París (s.f.) Tour Eiffel. <https://www.toureiffel.paris/es/noticias/130-anos/cual-fue-el-balance-de-la-exposicion-universal-de-1889>

Exposición Universal de Sevilla de 1992 (2017). Público <https://www.publico.es/espana/vi-expo-sevilla-peliculas-3d.html>

Festival de Avignon en Francia (2020). Culture Trip <https://theculturetrip.com/europe/france/articles/the-essential-guide-to-the-avignon-festival-france/>

Festival de danza Move (2022). Culturamania <https://culturamania.com/move-consolidada-su-apuesta-por-la-danza-tras-la-exitosa-presencia-en-cuatro-islas-en-su-ii-edicion/>

Festival Fringe de artes escénicas en Edimburgo (2016). Inlingua <https://www.inlingua-edinburgh.co.uk/es/the-edinburgh-festival-fringe/>

Festival MasDanza (2023) Facebook https://www.facebook.com/photo.php?fbid=703890135075071&set=pb.100063622720638.-2207520000.&type=3&locale=es_ES

Galería de arte GAD (s. f.). Is Arquitectura <https://blog.is-arquitectura.es/2012/02/07/gad-galeria-de-arte-itinerante-con-contenedores/>

Instant City (2019) Architectours <https://www.artchitectours.es/prada-poole/>

Loud Shadows. (2017). Plastique Fantastique. <https://plastique-fantastique.de/>

Panorámica de Art Madrid (2019). El Independiente <https://www.elindependiente.com/tendencias/arte/2019/02/23/diez-ferias-arte-madrid-al-margen-de-arco/>

Presentación de la colección de Louis Vuitton para la colección de primavera-verano 2021 durante la Digital Paris Fashion Week (2020). The Cut <https://www.thecut.com/2020/12/louis-vuitton-unveils-miami-installation.html>

Primavera Sound (2022). Al Día News <https://aldianews.com/es/culture/musica/primavera-sound-inedito>

Puma City. (2018). ArchDaily. <https://www.archdaily.com/886447/lot-ek-the-shipping-container-is-a-vehicle-to-invent-new-architecture>

Ritmos del Mundo (2022). The Showroom Magazine <https://theshroommag.com/festivales-imprescindibles-verano/>

Yigin, A. (2020). *Contenedores de mercancía*. Unsplash. <https://unsplash.com/es/fotos/sNY6B9NsPP8>

Anexo

2022-2023

AO

Manual de identidad visual corporativa

Introducción

A0 nace ante la ambición de crear una experiencia memorable dentro de una construcción momentánea que logre incentivar la curiosidad por la cultura, tanto arte, danza, teatro y música, en Canarias. Para ello, se idea un festival cultural que será albergado en una estructura generada con contenedores marítimos.

Como se mostrará a continuación, para la creación de la identidad de este festival se partió del concepto de contenedor marítimo, de esta forma estaría en concordancia con el propio espacio estructural del festival cultural.

Estos grandes contenedores de transporte de mercancía se caracterizan por su forma rectangular. Además, para ser fácilmente identificables, a partir de la estandarización certificada ISO (*International Standardization Organization*) se establece que el número de identificación de los contenedores deberá situarse en la esquina superior derecha de la zona de compuertas. Con dicha información, se generó y desarrolló la identidad visual de A0.

En este manual se recoge la normatización y la construcción gráfica de la identidad del festival cultural A0.

En las siguientes páginas de este manual se indican los elementos gráficos que constituyen la marca, como el logo, los colores y la tipografía, así como el criterio a seguir para su correcto uso y desarrollo. Por medio del buen cumplimiento, es posible lograr la consistencia y armonía adecuada para los diferentes contextos en el que sea aplicada la marca, tanto en medios digitales o impresos.

Contenidos

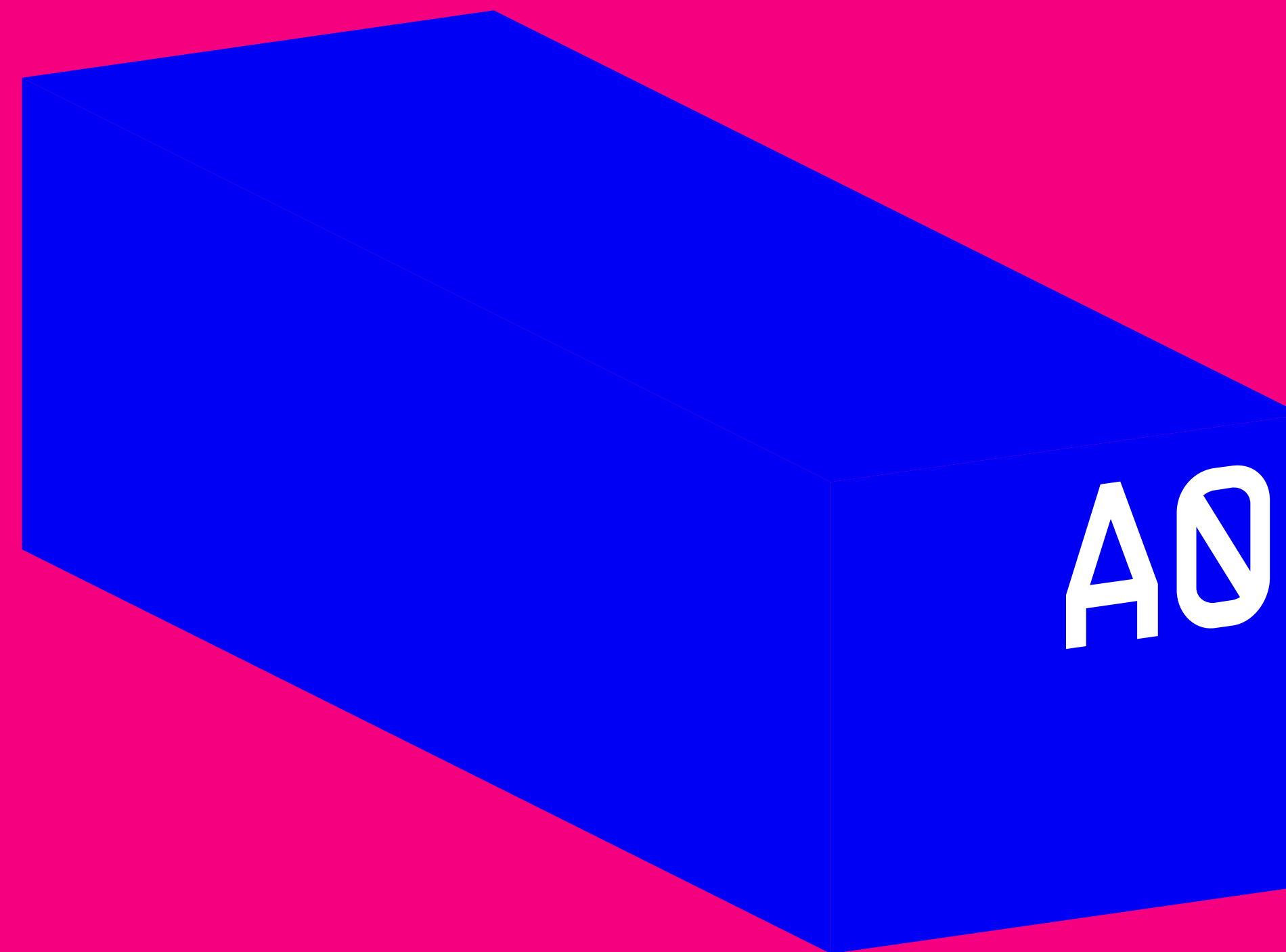
A1. Isologo	137	A2. La marca	148	A3. Identidad	167	A4. Aplicaciones	176
Versión principal	138	Versión principal horizontal	149	Color	168		
Versión monocromática		Versión monocromática					
Construcción		Versión monocromática a color		Tipografía corporativa	169		
Área de protección		Construcción		Iconografía	172		
Submarcas		Área de protección					
Versión secundaria	144	Submarcas					
Construcción		Versión principal vertical	155				
Área de protección		Construcción					
		Área de protección					
		Versión secundaria	158				
		Construcción					
		Área de protección					
		Versión especial	161				
		Versiones sobre fondos de color	162				
		Versiones sobre fondos de imágenes	163				
		Tamaños mínimos	166				
			164				
		Jerarquía con otras marcas	165				
		Usos incorrectos					

A1

Isologo

Versión principal

La versión principal del isologo diseñado se compone de un prisma rectangular representado como una mancha plana de color azul. Al prisma, que está basado en los contenedores de mercancía, se le despoja de su cualidad 3D para ser representado en formato bidimensional gracias al uso de un solo color. Aún así, la distorsión y colocación del nombre del festival, A0, en la parte derecha permite ver la tridimensionalidad del conjunto a pesar de la uniformidad cromática.

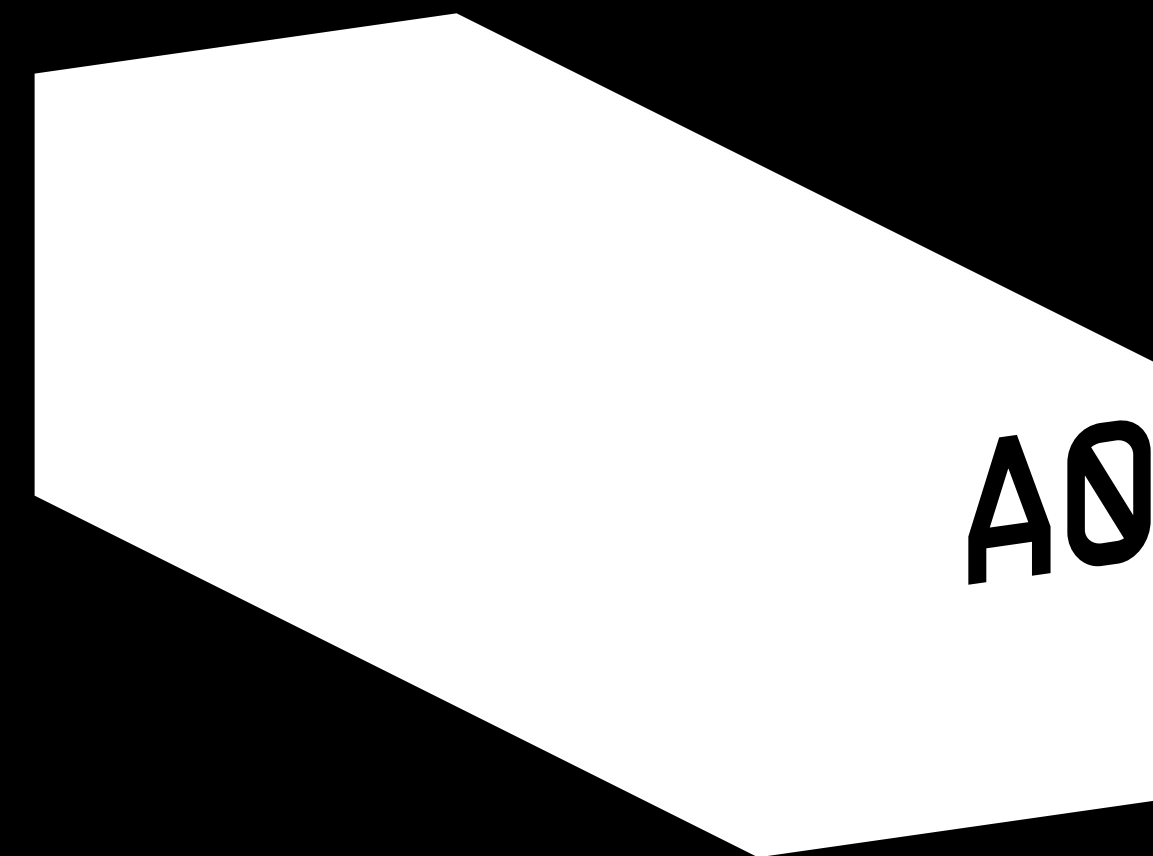
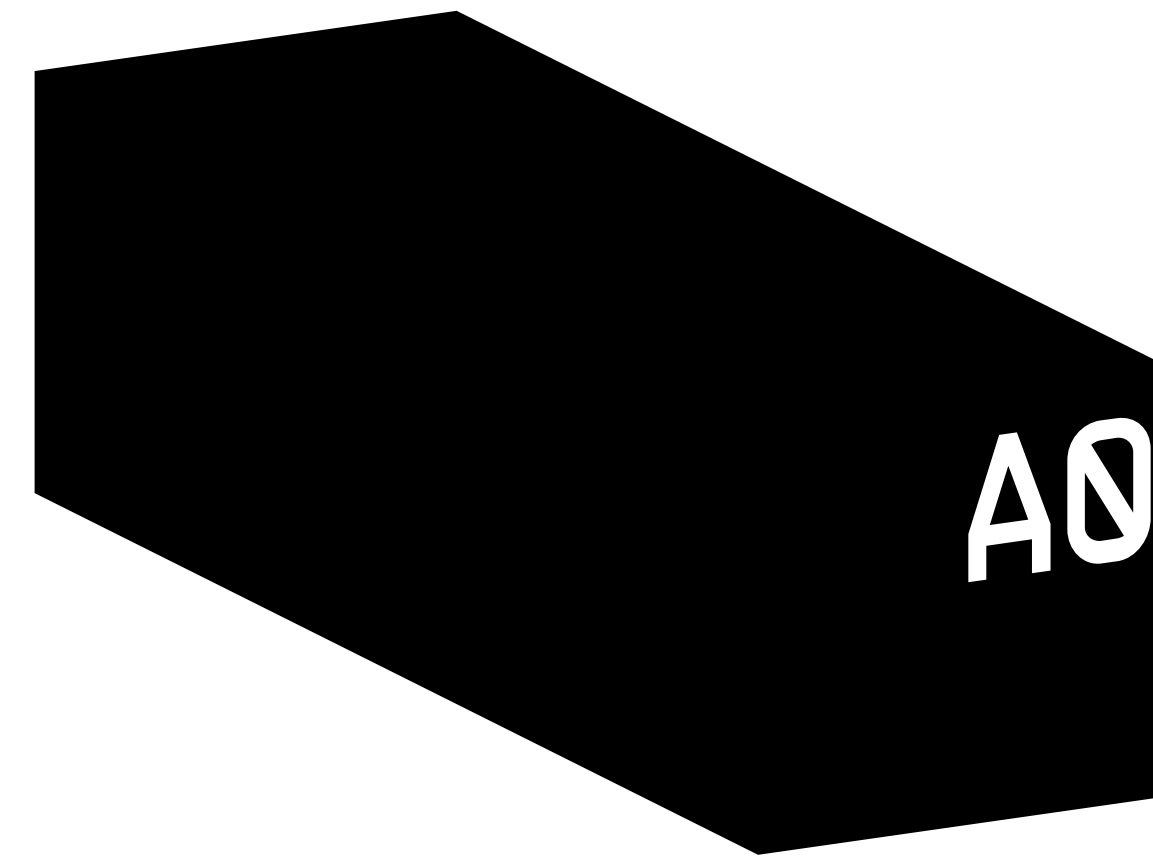


Versión monocromática

Se muestra el diseño del isologo principal en versión monocromática.

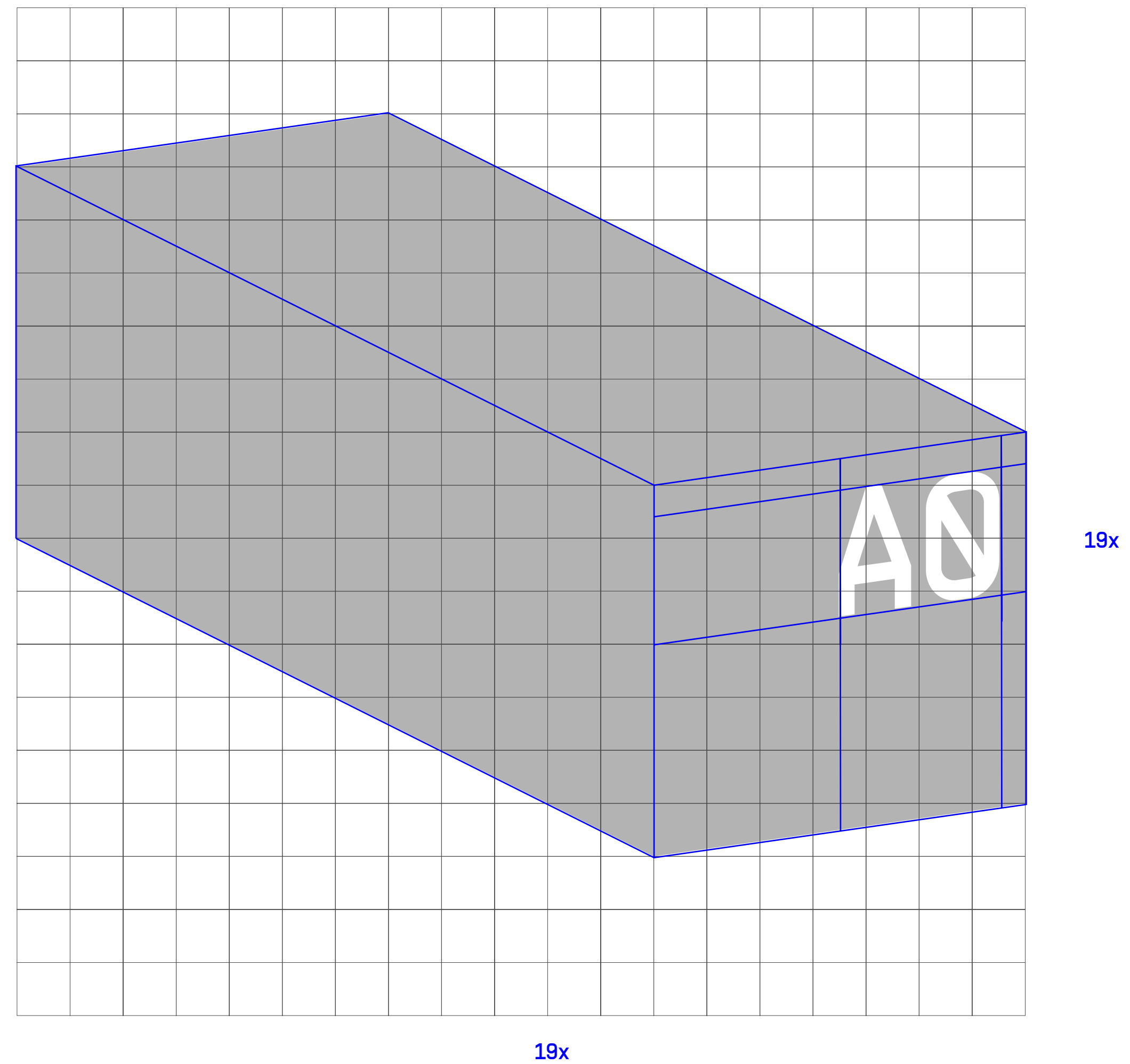
La primera, en la parte superior, bajo fondo blanco y el diseño en negro y la segunda, en la zona inferior de la página, justo al contrario.

Esta versión monocolor del isologo permite ser utilizada en impresiones en blanco y negro así como usos digitales en los que se requiera esta versión.



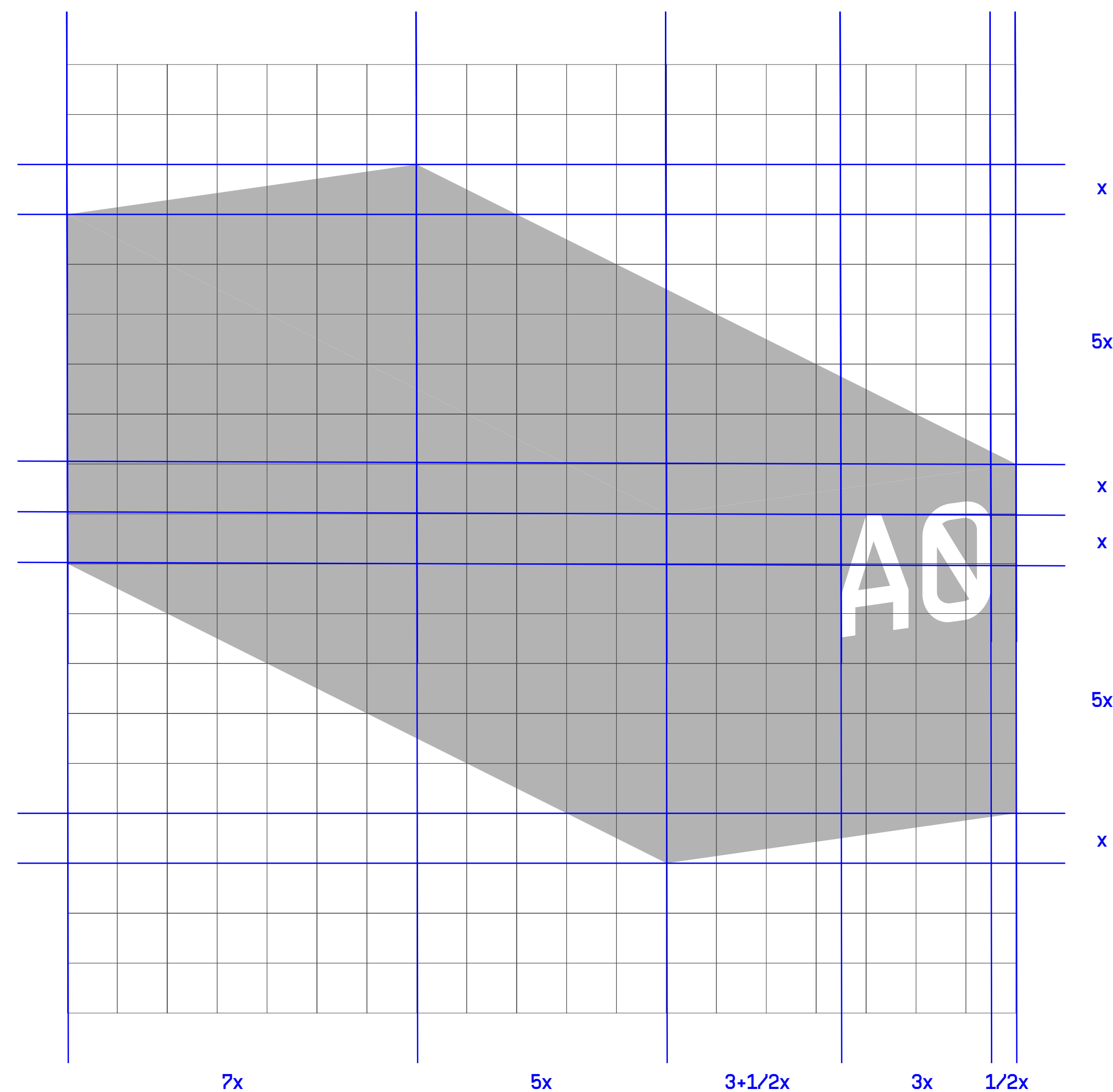
Construcción

Para la construcción del isologo, se realizó bajo una retícula de 19x19 'x' (la 'x' se corresponde a un cuadrado) que gracias a la simpleza del isologo puede trasarse su forma de manera sencilla partiendo de un prisma rectangular.



Construcción

El desarrollo de la construcción del isologo muestra en la misma retícula de 19x19 'x' las medidas establecidas para la correcta ejecución de este. El isologo debe ser utilizado tal y como se esclarece en este manual, con sus debidas proporciones, sin ningún tipo de modificación o alteración.

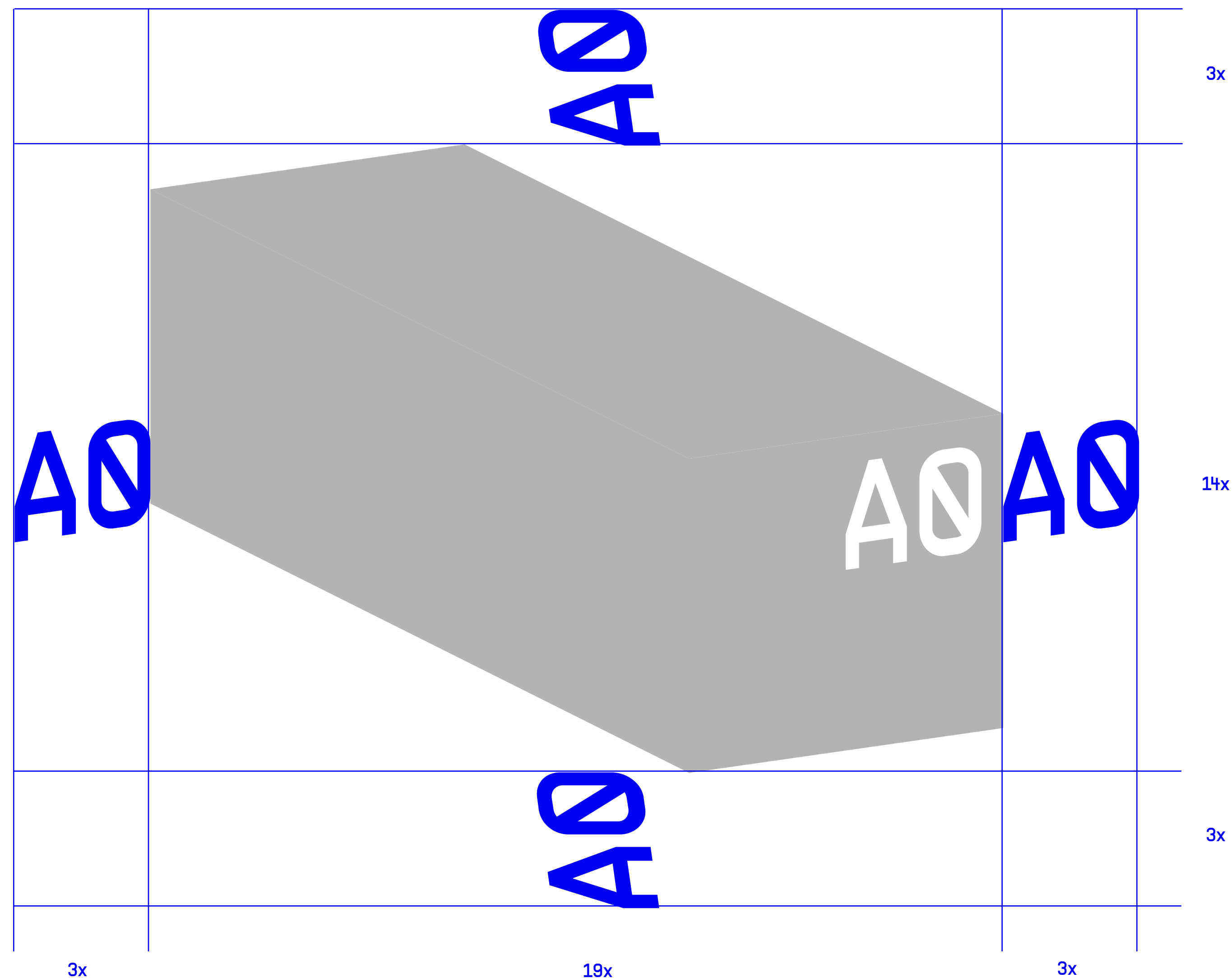


Área de protección

Se establece los márgenes en blanco que deberán ser respetados y reservados alrededor del diseño creado tal y como se muestra en la página a la derecha.

Al mantener un espacio en blanco entre el isologo y otros elementos gráficos, como imágenes, logotipos u otros, nos aseguramos de que sea claramente diferenciable y visible.

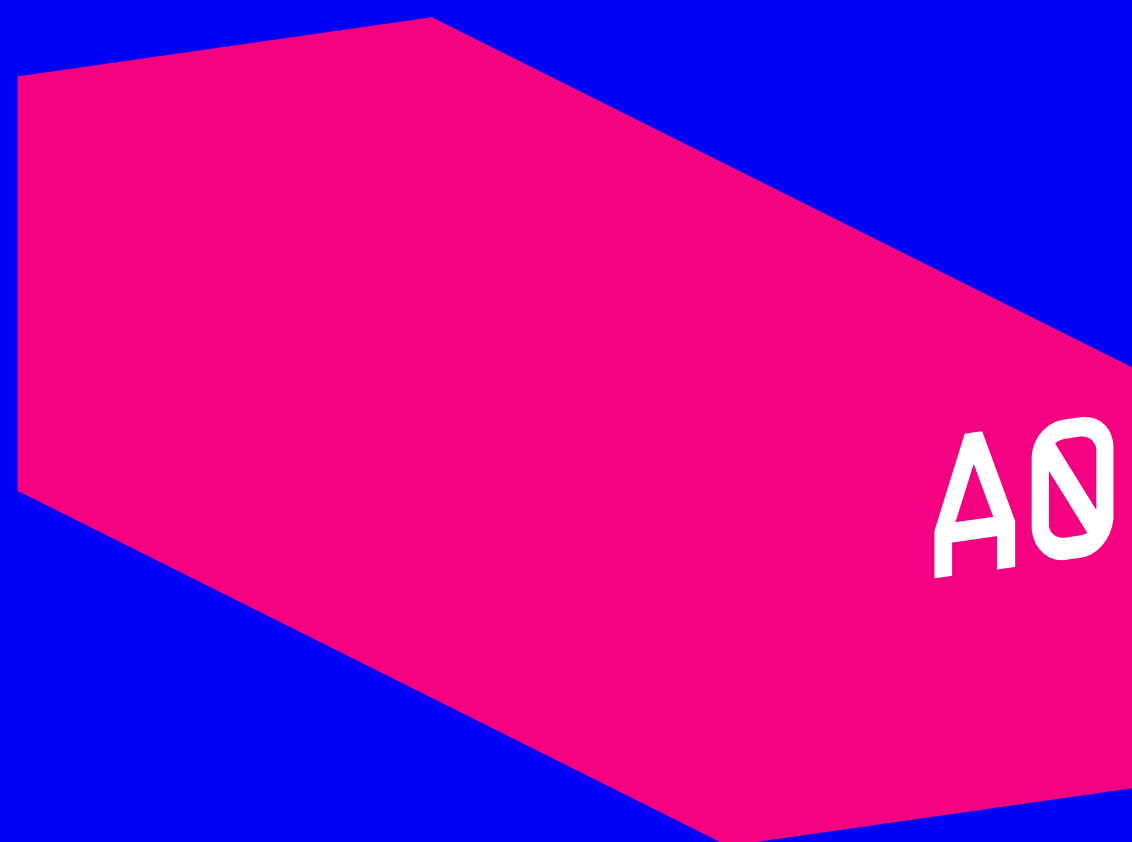
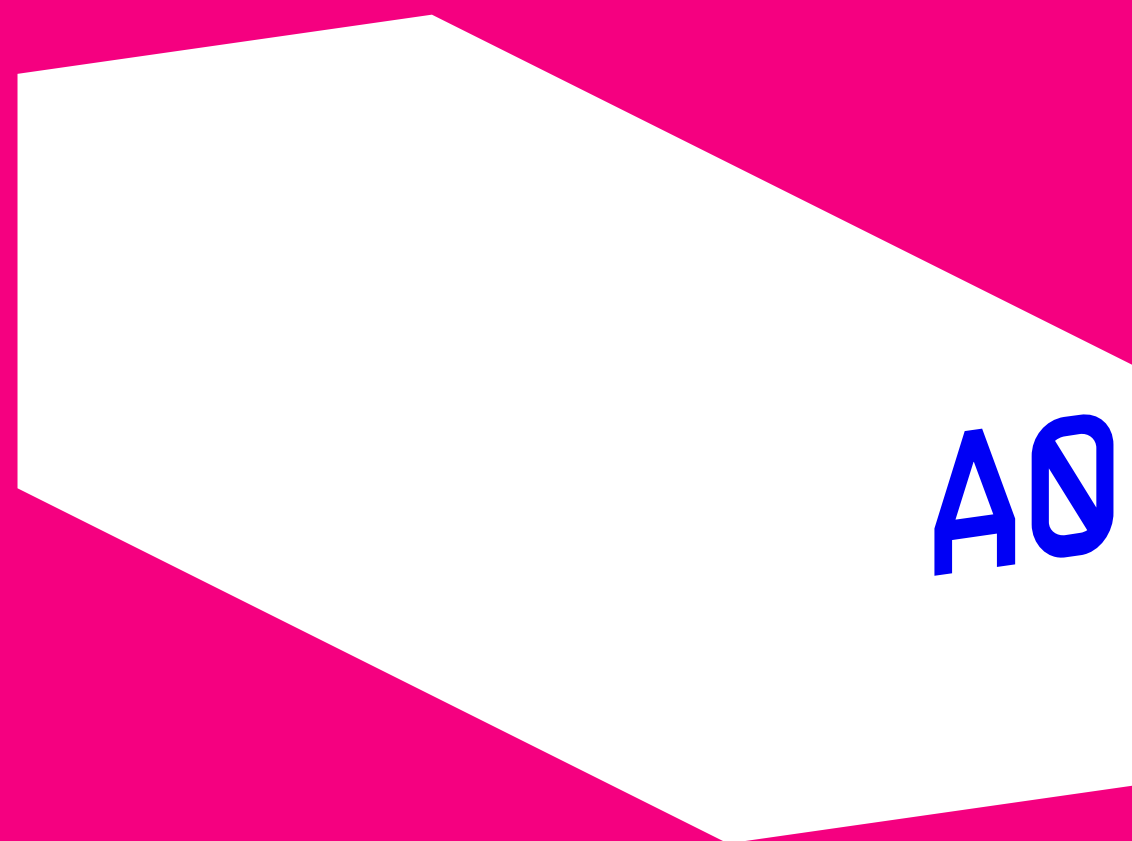
El área de protección está delimitada por el propio logotipo de A0 que se incluye en el isologo lo que se corresponde a 3 'x' de ancho.



Submarcas

A partir del isologo principal, se han desarrollado otras variantes que se corresponden a las submarcas de la identidad A0. Cada una de ellas corresponde a una de las actividades promocionadas en el festival diferenciadas por cuatro colores de la paleta cromática corporativa.

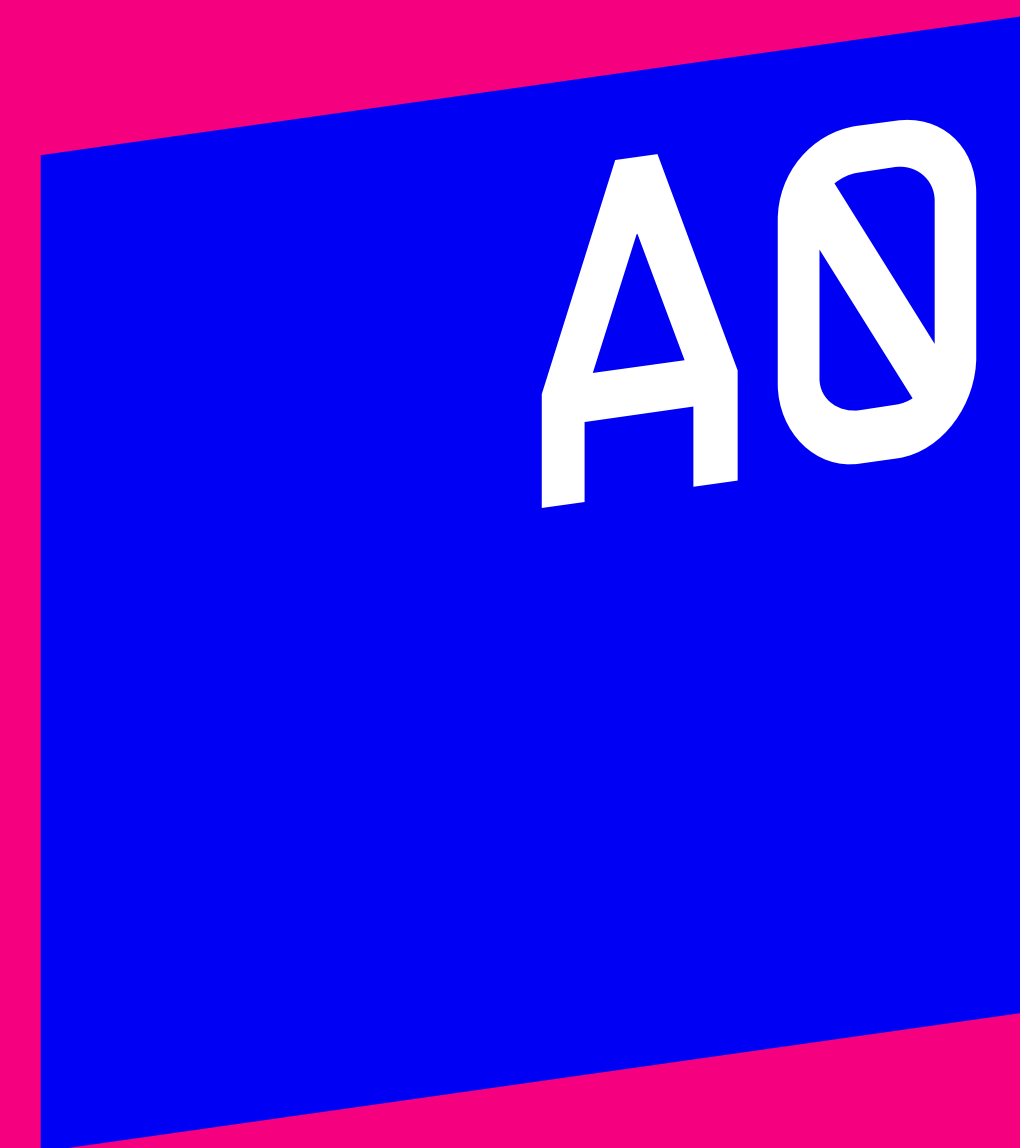
El blanco se corresponde con la música, el naranja con la danza, el rosa con el arte y el amarillo con el teatro. De esta forma, a la hora de desarrollar la identidad en estos cuatro ámbitos podrá ser utilizada sus correspondientes versiones.



Versión secundaria

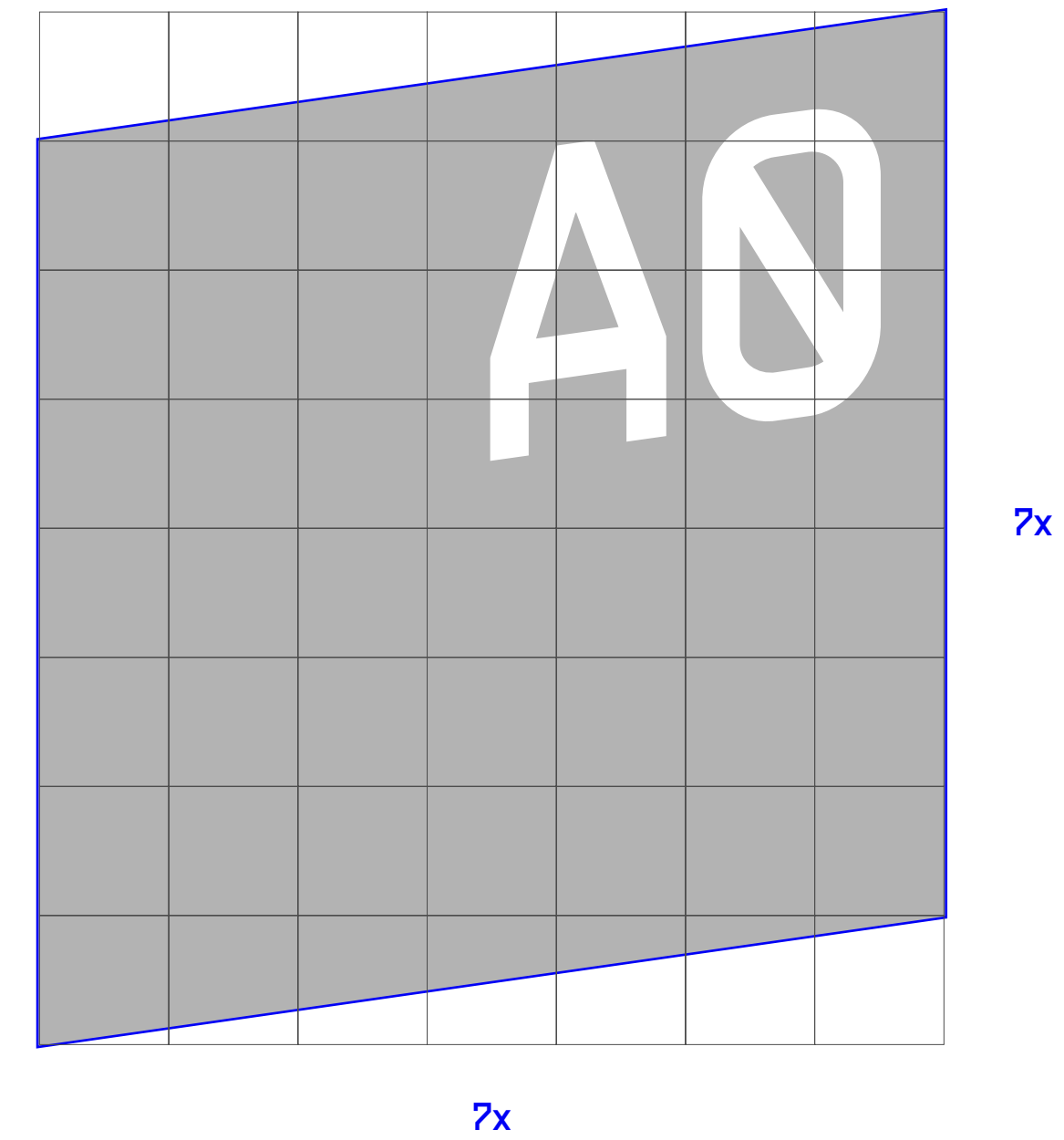
Partiendo del diseño del isologo principal, se desarrolló una segunda versión para ser utilizada en casos donde la distinción y legibilidad de la principal se vea comprometida.

Se parte del diseño original tomando únicamente el cuadrado distorsionado que representa la parte frontal y zona de puertas del contenedor marítimo. El logotipo, A0, se mantiene en la misma posición que la anterior versión.



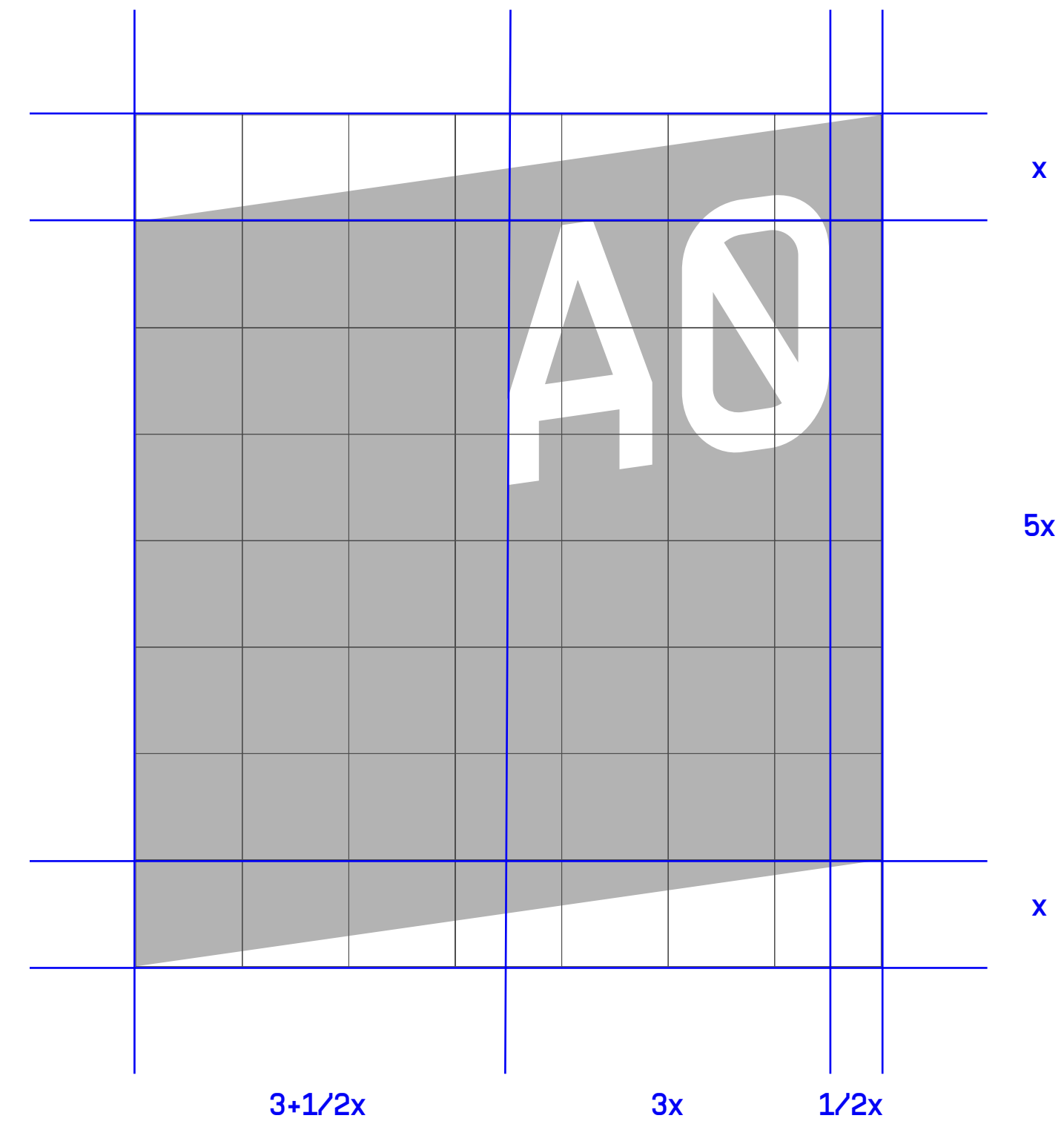
Construcción

Para la construcción de esta versión secundaria, se realizó una retícula de 7x7 'x' que parte de las medidas originales de la versión principal.



Construcción

El desarrollo de la construcción de esta segunda versión se basa en la establecida anteriormente. Bajo una retícula de menores dimensiones que respeta las medidas de la principal, sin alterar ninguna proporción ni ubicación de los elementos que la componen, se realizó esta segunda.

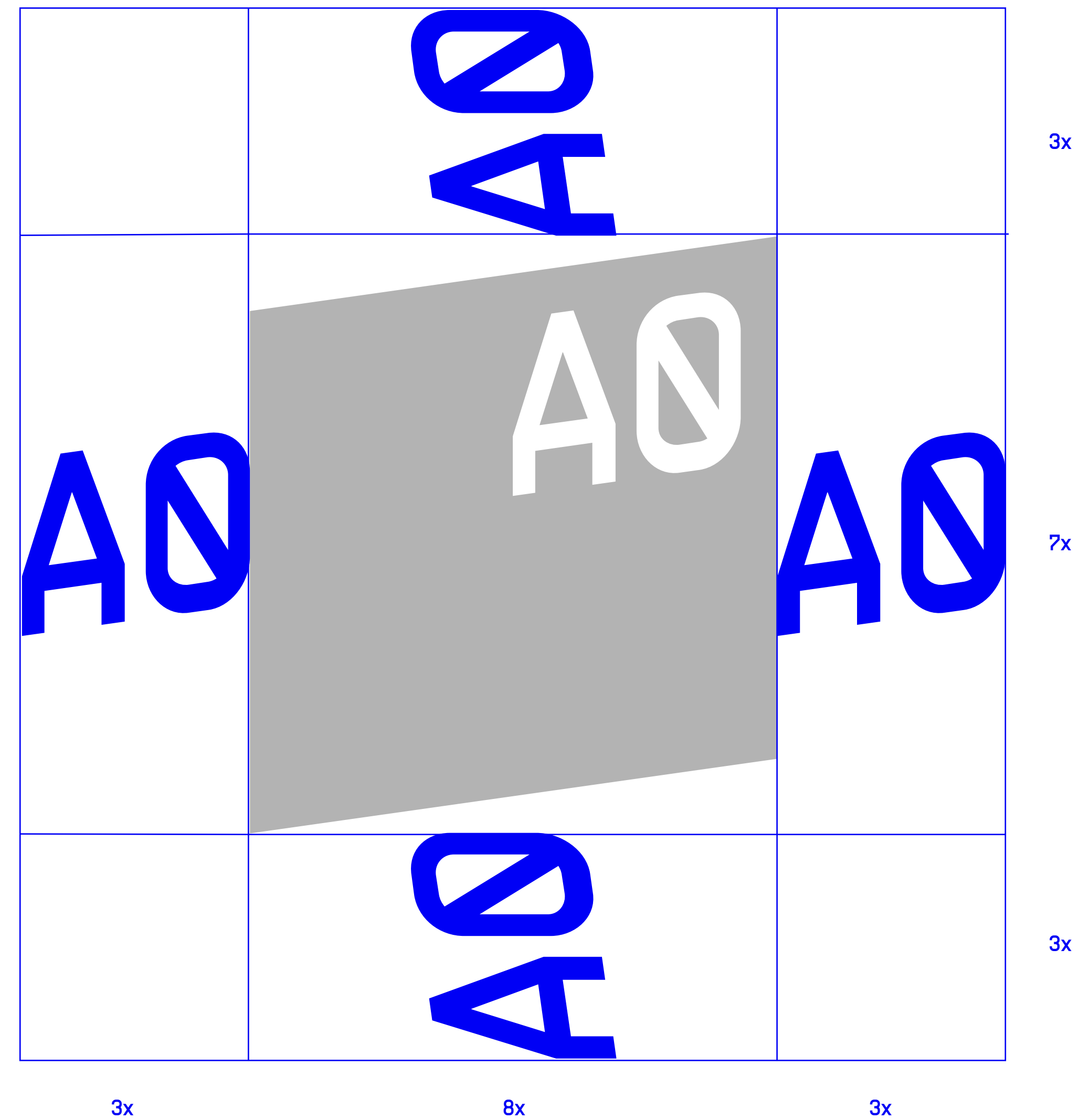


Área de protección

Se establece los márgenes en blanco que deberán ser respetados y reservados alrededor del diseño creado tal y como se muestra en la página a la derecha.

Al mantener un espacio en blanco entre el isologo y otros elementos gráficos, como imágenes, logotipos u otros, nos aseguramos de que sea claramente diferenciable y visible.

El área de protección está delimitada por el propio logotipo de A0 que se incluye en el isologo lo que se corresponde a 3 'x' de ancho.



A2

La marca

Versión principal horizontal

La versión principal y preferente para la marca será en formato horizontal con los colores y proporciones que se presentan en la página de la derecha.

El tagline de A0 describe en unas pocas palabras el festival. Está colocado a la derecha del isologo y justificado a la izquierda. Debajo de este y en un tamaño más reducido, se coloca la frase en azul contenedor de cultura.



**Festival cultural
efímero de Canarias**

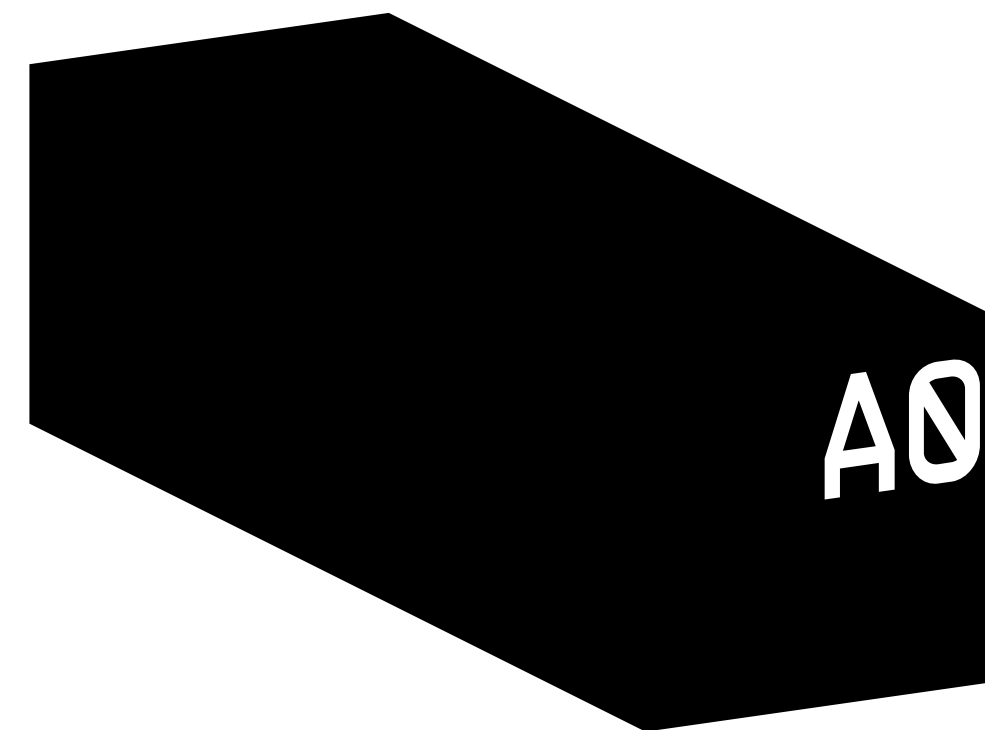
Contenedor de cultura

Versión monocromática

Se muestra el diseño de la versión principal de la marca en versión monocromática.

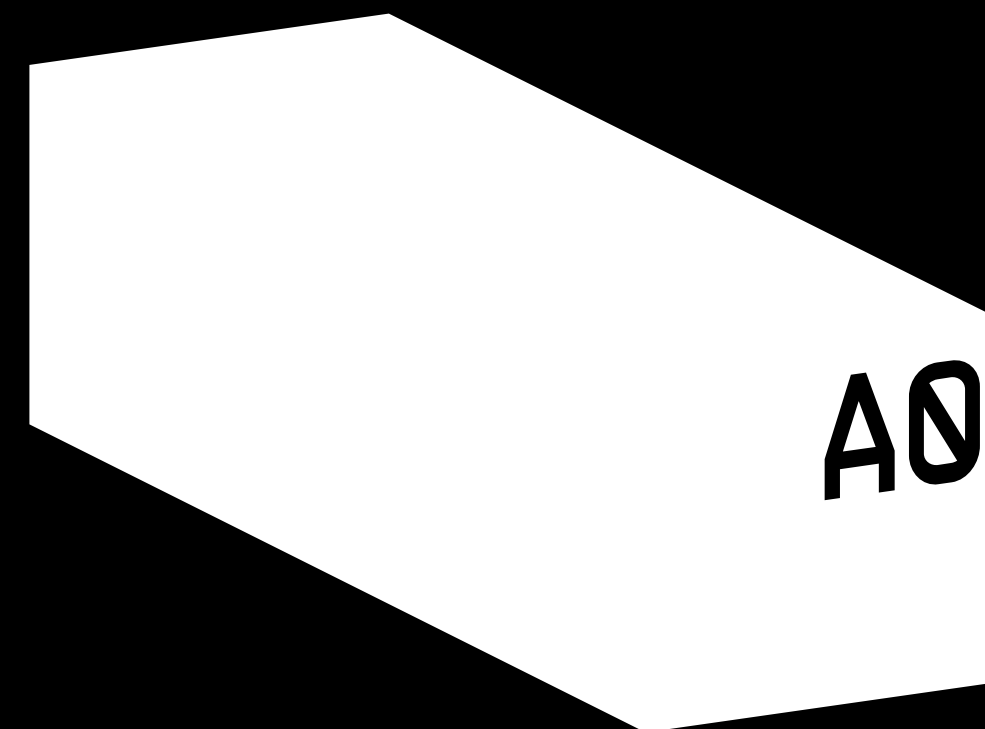
La primera, en la parte superior, bajo fondo blanco y el diseño en negro y la segunda, en la zona inferior de la página, justo al contrario.

Esta versión monocolor del isologo permite ser utilizada en impresiones en blanco y negro así como usos digitales en los que se requiera esta versión.



**Festival cultural
efímero de Canarias**

Contenedor de cultura



**Festival cultural
efímero de Canarias**

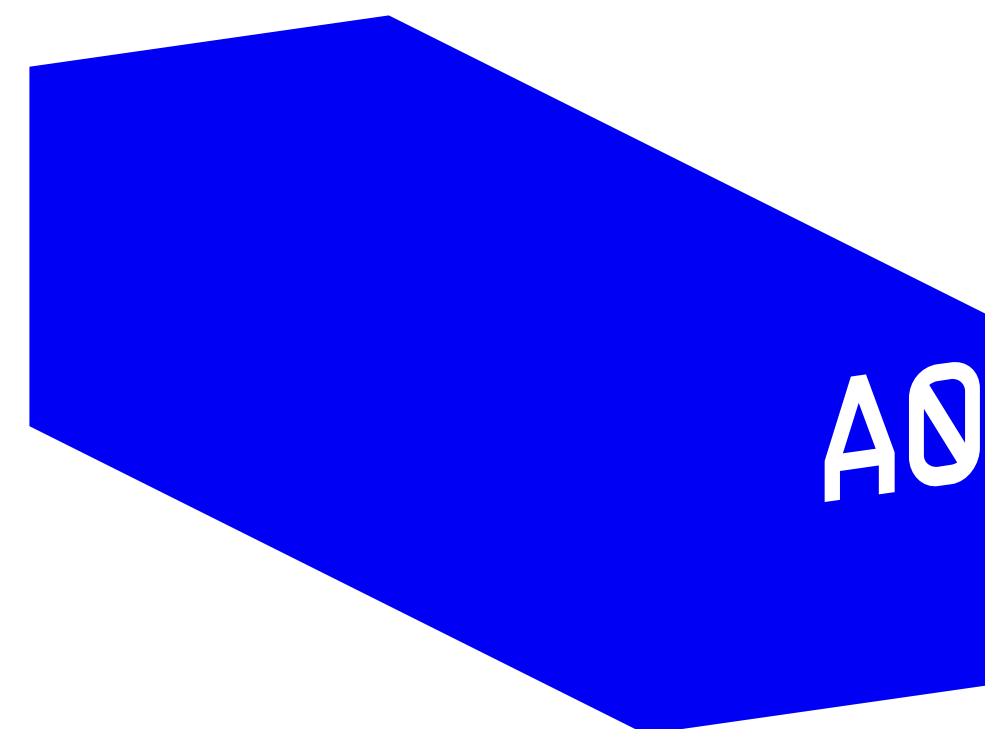
Contenedor de cultura

Versión monocromática a color

Se muestra el diseño de la versión principal de la marca en versión monocromática con colores tanto en positivo como en negativo.

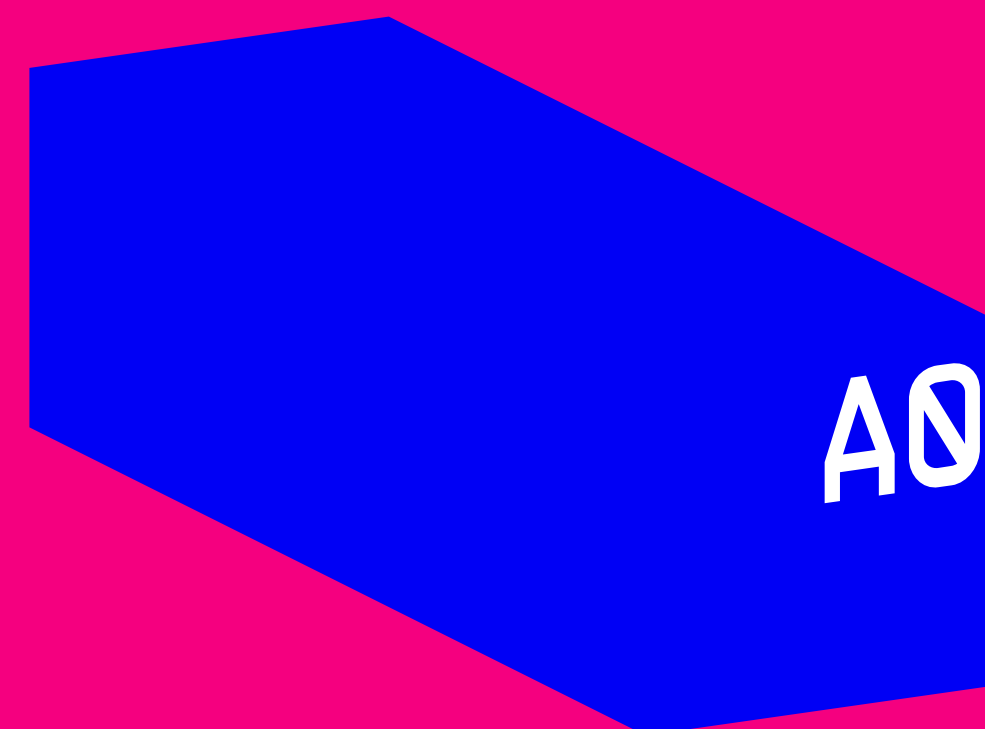
La primera, en la parte superior, bajo fondo blanco y el conjunto visual en color azul y la segunda, en la zona inferior de la página, con el fondo rosa corporativo, el isologo como se ha establecido en el apartado de Isologo y esta vez el tagline en blanco.

Esta versión monocolor a color en positivo y negativo, permite establecer como deberá ser tratada la marca de la marca bajo estos dos diferentes fondos.



Festival cultural efímero de Canarias

Contenedor de cultura

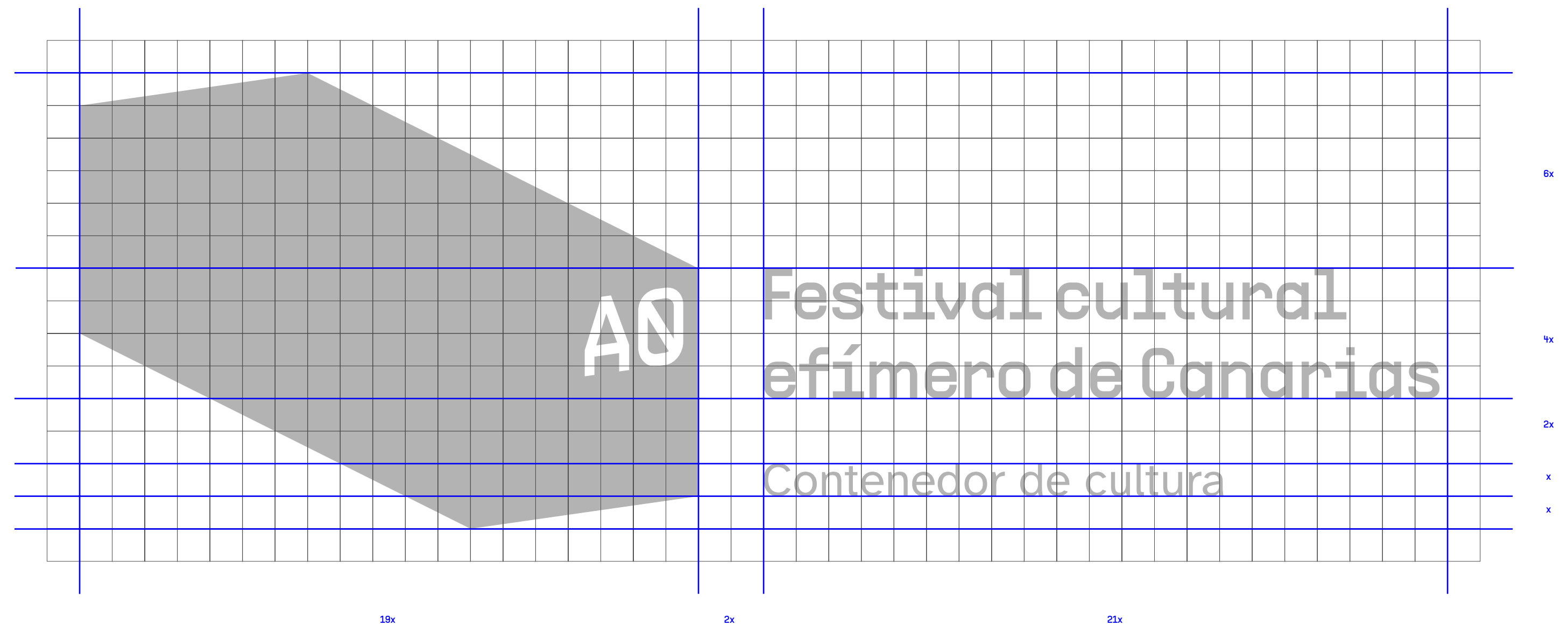


Festival cultural efímero de Canarias

Contenedor de cultura

Construcción

Para la construcción de la marca en horizontal, se amplió la retícula del isologo horizontalmente y se estableció una separación de 2 unidades de 'x' entre el texto y el isologo.

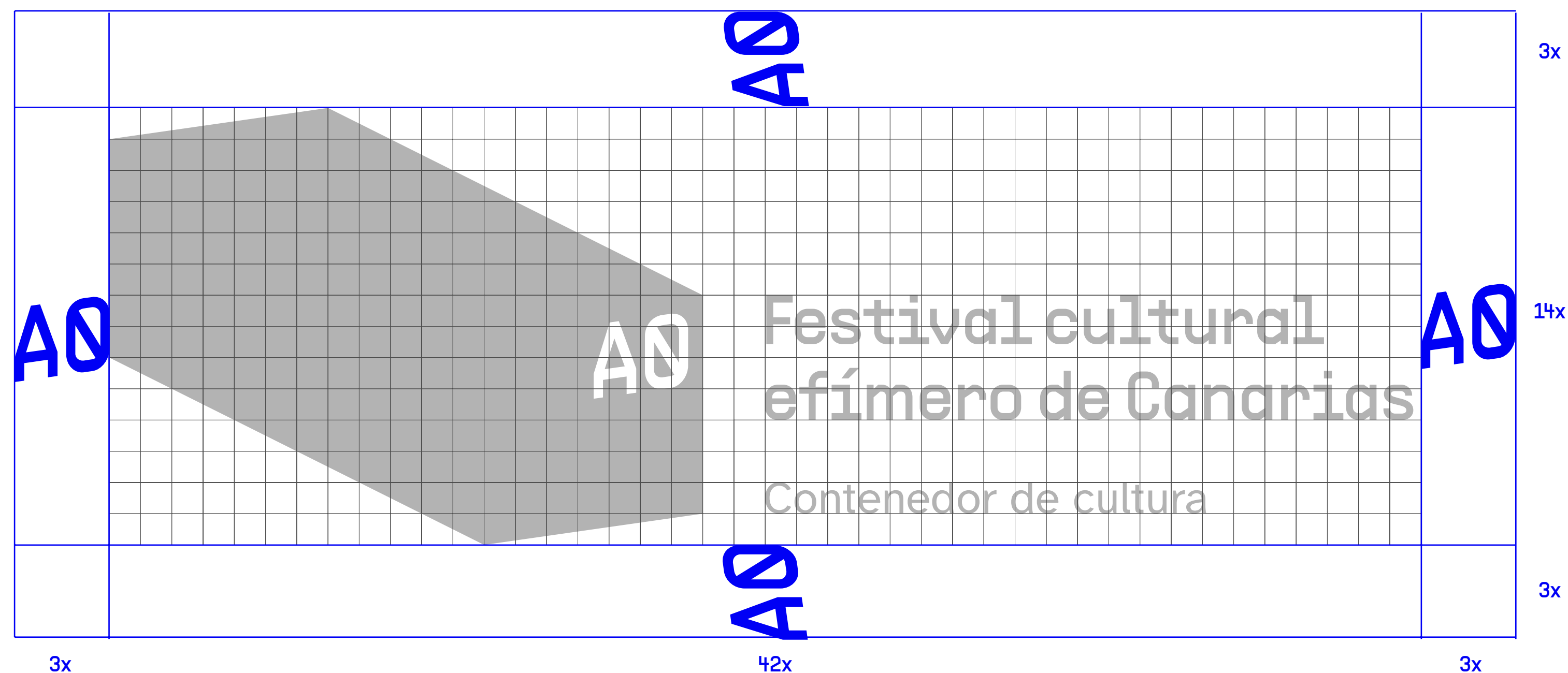


Área de protección

Se establece los márgenes en blanco que deberán ser respetados y reservados alrededor del diseño creado.

Al mantener un espacio en blanco entre la marca y otros elementos gráficos, como imágenes, logotipos u otros, nos aseguramos de que sea claramente diferenciable y visible.

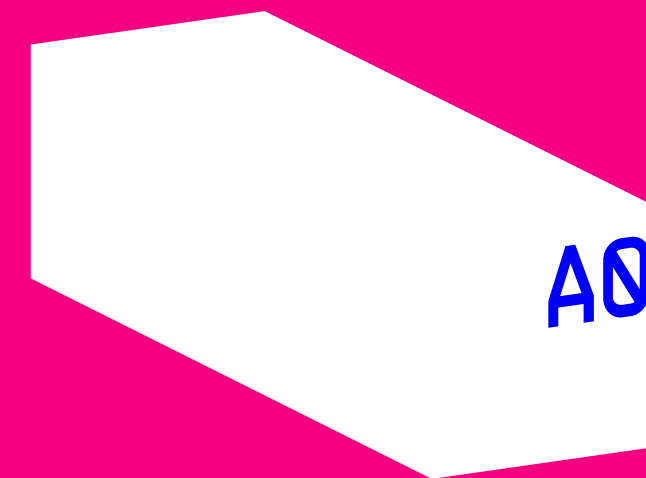
El área de protección está delimitada por el propio logotipo de A0 que se incluye en el isologo lo que se corresponde a 3 'x' de ancho.



Submarcas

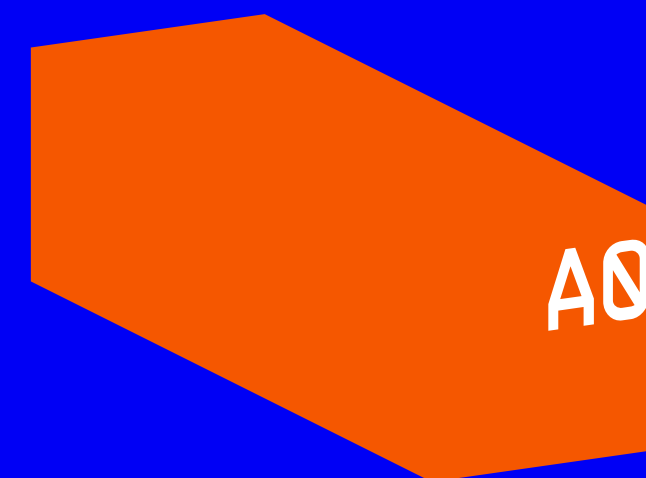
A partir del diseño de la marca principal en formato horizontal, se han desarrollado otras variantes que se corresponden a las submarcas de la identidad A0. Cada una de ellas corresponde a una de las actividades promocionadas en el festival diferenciadas por cuatro colores de la paleta cromática corporativa.

El blanco se corresponde con la música, el naranja con la danza, el rosa con el arte y el amarillo con el teatro. De esta forma, a la hora de desarrollar la identidad en estos cuatro ámbitos podrá ser utilizada sus correspondientes versiones. Además, para cada versión, deberá sustituirse en la frase contenedor de cultura la palabra cultura para esclarecer y diferenciar textualmente los distintos ámbitos culturales.



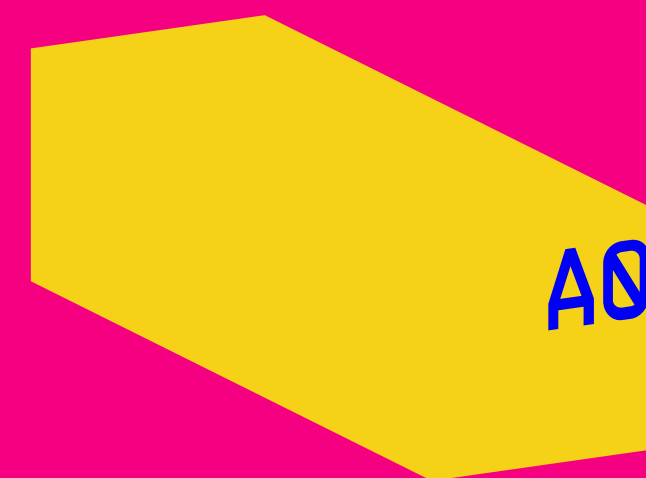
Festival cultural
efímero de Canarias

Contenedor de música



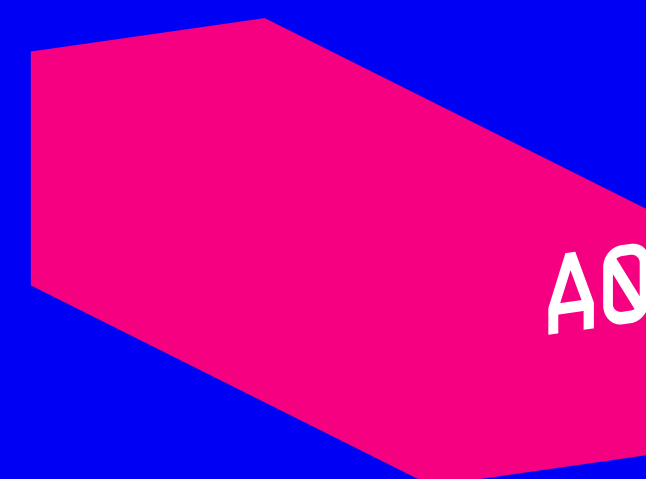
Festival cultural
efímero de Canarias

Contenedor de danza



Festival cultural
efímero de Canarias

Contenedor de teatro



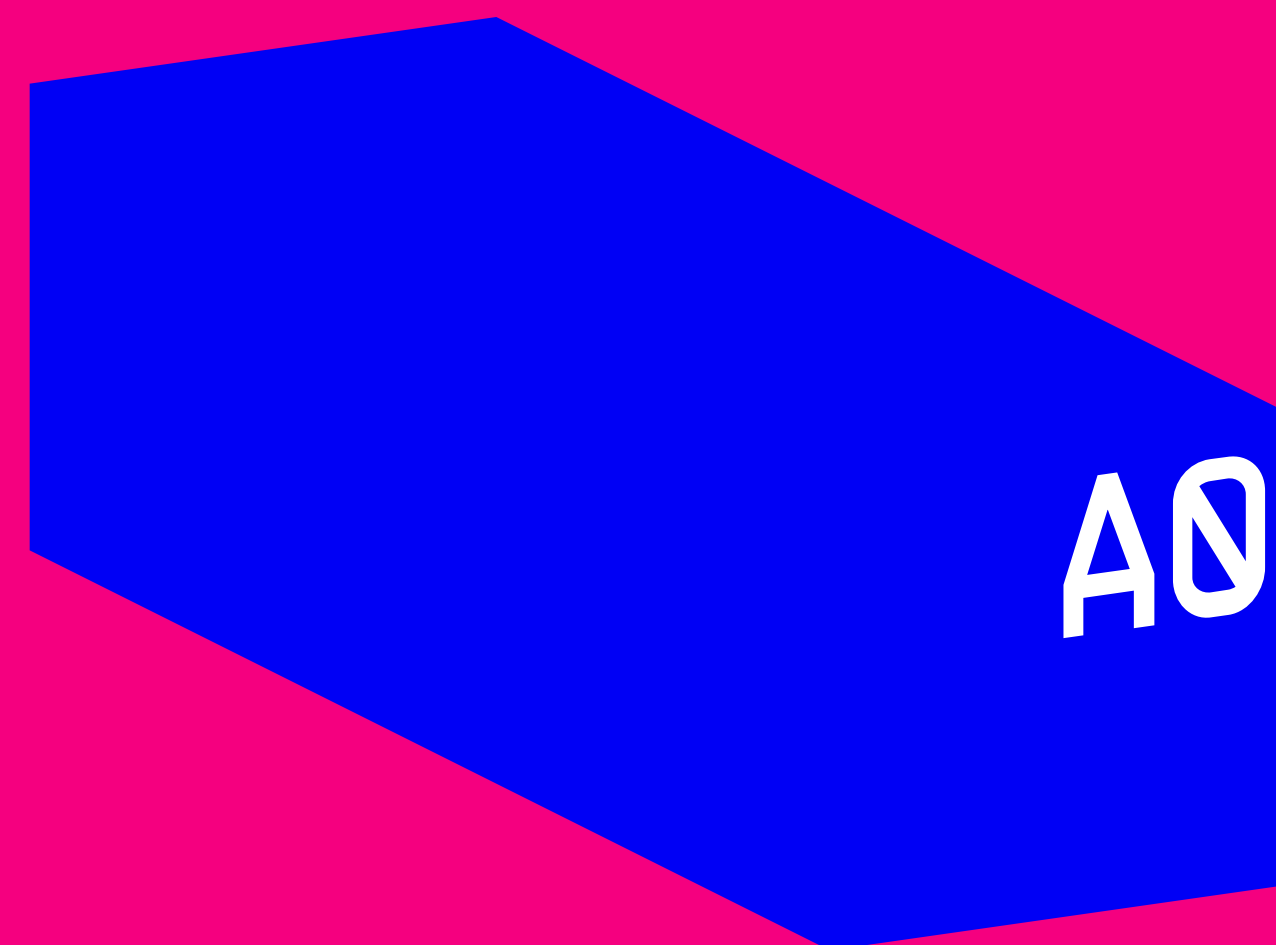
Festival cultural
efímero de Canarias

Contenedor de arte

Versión principal vertical

La versión principal para la marca en formato vertical, se presentan en la página de la derecha.

El tagline de A0 describe en unas pocas palabras el festival. Está colocado bajo el isologo y justificado a la izquierda, ocupando el mismo ancho que las dimensiones del contenedor. Debajo de este y en un tamaño más reducido, se coloca la frase en azul contenedor de cultura.

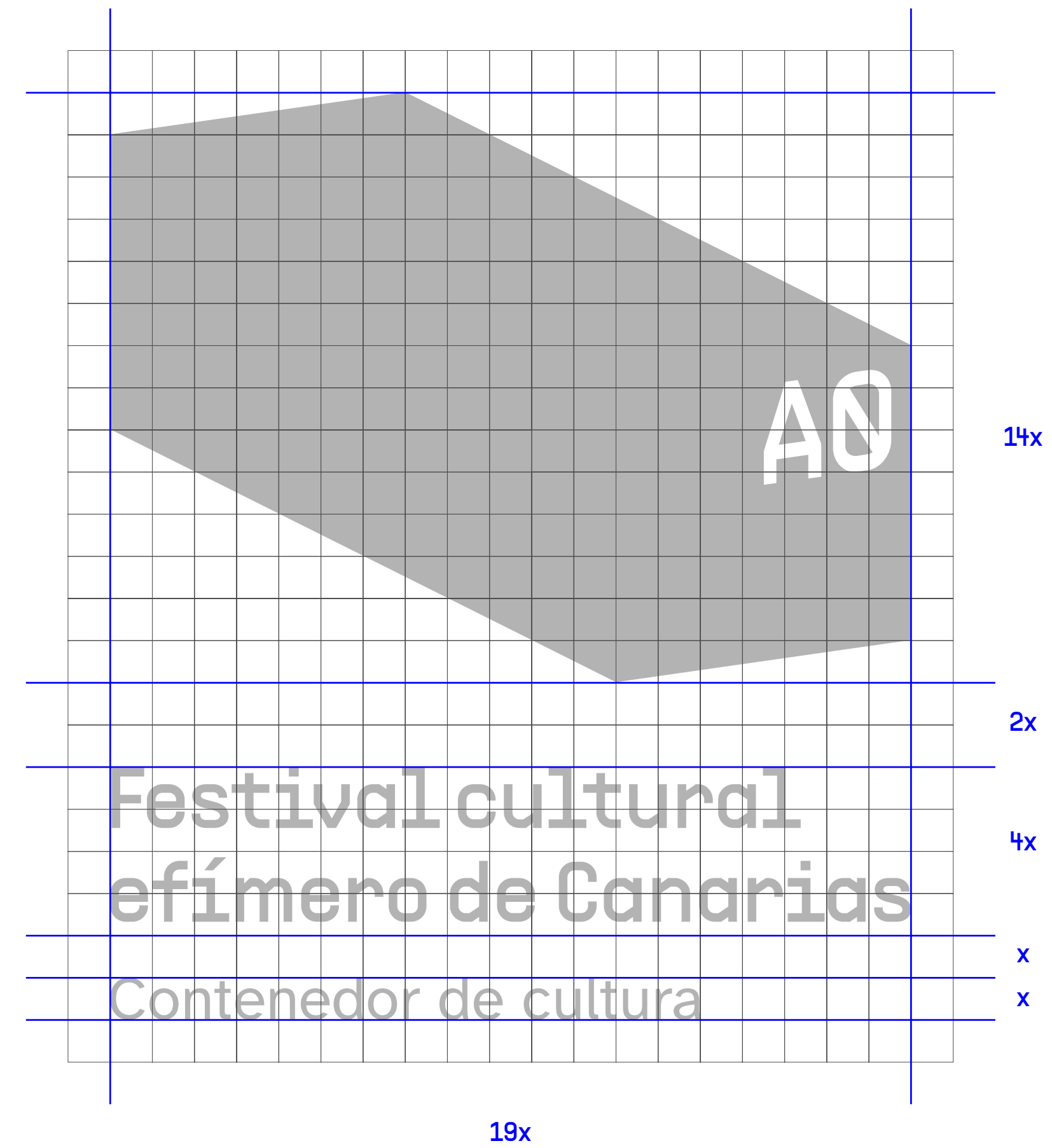


Festival cultural
efímero de Canarias

Contenedor de cultura

Construcción

Para la construcción de la marca en vertical, se amplió la retícula del isologo verticalmente y se estableció una separación de 2 unidades de 'x' entre el texto y el isologo.



Área de protección

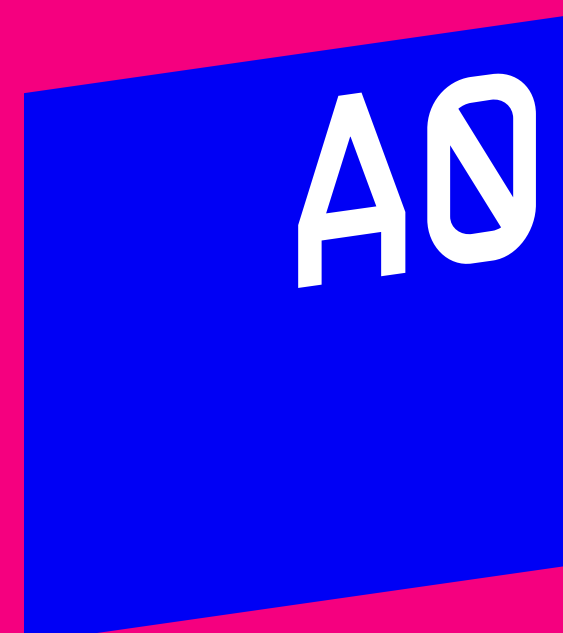
El área de protección está delimitada por el propio logotipo de A0 que se incluye en el isologo lo que se corresponde a 3 'x' de ancho.



Versión secundaria

Partiendo del diseño de la marca principal y el isologo secundario, se desarrolló una segunda versión para ser utilizada en casos donde la distinción y legibilidad de la principal se vea comprometida.

Se parte del diseño original tomando únicamente el cuadrado distorsionado que representa la parte frontal y zona de puertas del contenedor marítimo. El logotipo, A0, se mantiene en la misma posición que la anterior versión así como el tagline de la marca.



Festival cultural efímero de Canarias

Contenedor de cultura

Construcción

Para la construcción de la marca en vertical, se amplió la retícula del isologo verticalmente y se estableció una separación de 2 unidades de 'x' entre el texto y el isologo.



Área de protección

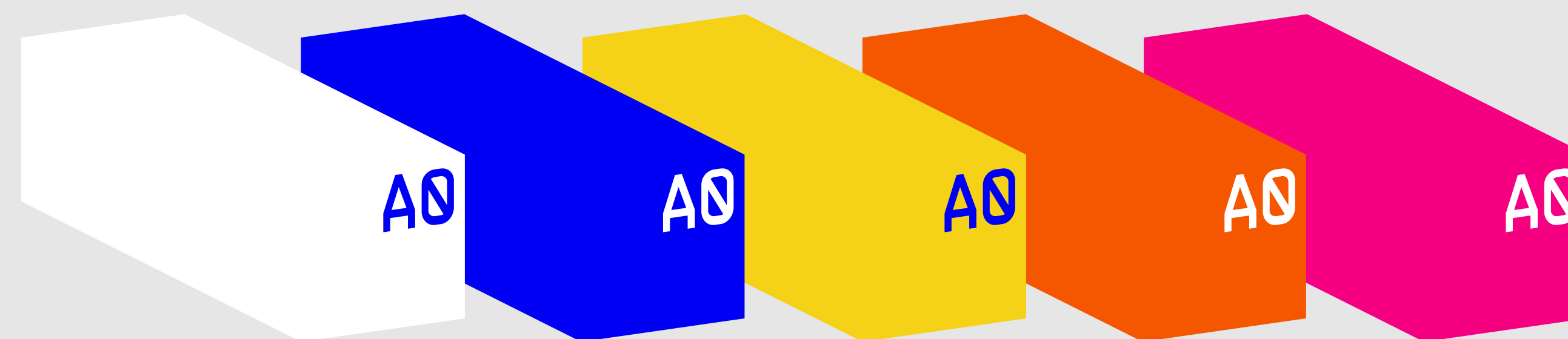
El área de protección está delimitada por el propio logotipo de A0 que se incluye en el isologo lo que se corresponde a 3 'x' de ancho.



Versión especial

Esta versión de la marca incluye en un plano horizontal los diferentes isologos creados. Debajo de ellos, se coloca el tagline en el centro y en una sola línea.

Esta versión especial podrá ser utilizada en aplicaciones secundarias de la marca como merchandising y otros productos promocionales.



Festival cultural efímero de Canarias

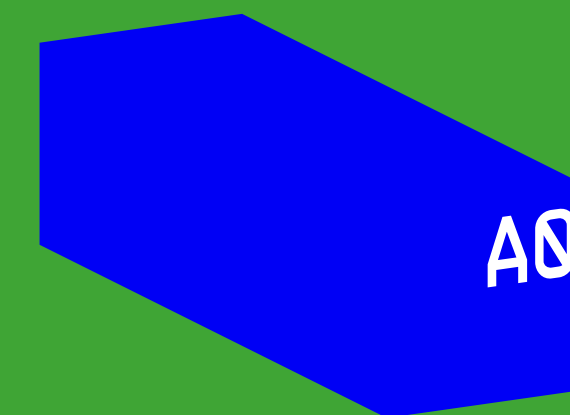
Versiones sobre fondo de color

Siempre que sea posible, se deberá utilizar la versión principal de la marca. En el caso de que esto no fuese factible por cuestiones de legibilidad y diferenciación, se aplicará la marca en su versión en negativo. Asimismo también podrá utilizarse únicamente el azul para el texto de la identidad si se coloca sobre fondos claros donde el blanco de la versión preferente sea de difícil lectura.



Festival cultural
efímero de Canarias

Contenedor de cultura



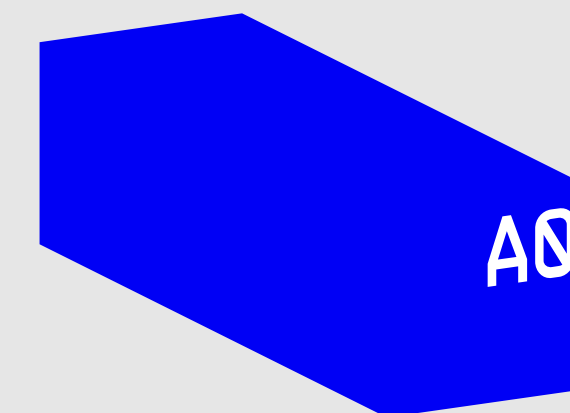
Festival cultural
efímero de Canarias

Contenedor de cultura



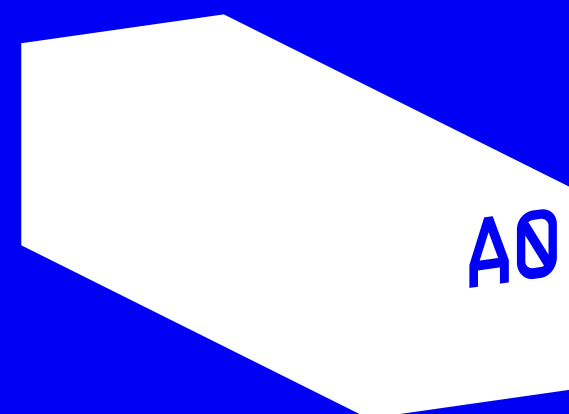
Festival cultural
efímero de Canarias

Contenedor de cultura



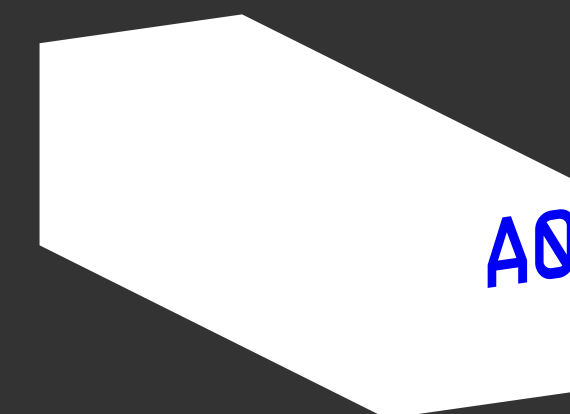
Festival cultural
efímero de Canarias

Contenedor de cultura



Festival cultural
efímero de Canarias

Contenedor de cultura



Festival cultural
efímero de Canarias

Contenedor de cultura

Sobre fondos de imágenes

En el caso de que la identidad se coloque encima de imágenes a color será preciso adaptarlo para conseguir una mayor legibilidad. Podrá modificarse, a partir de la versión principal y preferente, en sus versiones monocromáticas a color, tanto en positivo como en negativo. Aún así, deberá aplicarse preferiblemente la versión principal.

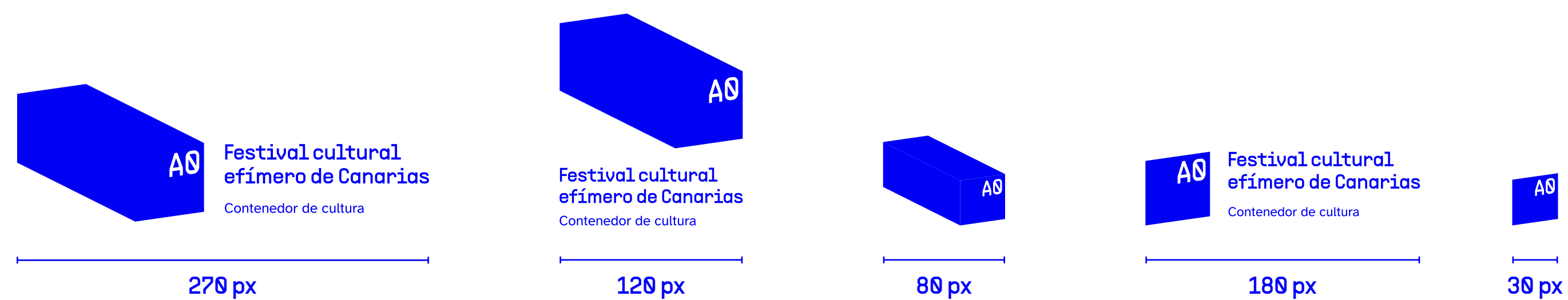
Lo mismo deberá aplicarse a las submarcas de A0 de la música, el teatro, la danza y el arte.



Tamaños mínimos

El tamaño mínimo de reducción es la versión mínima a la que podemos reproducir nuestro identificador corporativo y garantizar su legibilidad.

En la página de la derecha se muestra las diferentes versiones de la marca así como de los isologos a su respectivo tamaño mínimo.



Jerarquía con otras marcas

Si la marca tiene que coexistir con otras en un mismo medio, se establecerá una jerarquía de importancia basada en la entidad que se representa. Para ello, se deberá respetar las zonas de protección de cada identidad según sus respectivas normativas establecidas en su manuales de identidad.



Usos incorrectos

La normatividad mostrada hasta ahora permiten la homogeneidad y la consistencia de la identidad visual de la marca. Si alguna de las pautas mostradas se ve alterada, se estará haciendo un mal uso de la marca y del universo visual que se ha planteado y desarrollado.



No se puede rotar



No se puede aplicar efectos



No se puede alterar la composición



No se puede cambiar el color por otros no aprobados en este manual



No se puede deformar

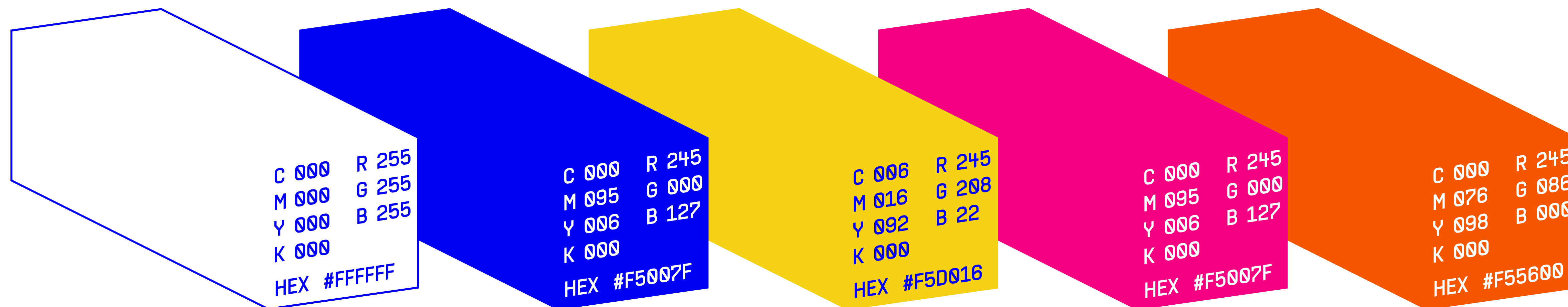


No se puede aplicar trazo

A3

Identidad

Color



El color es una parte fundamental en la identidad visual de A0, siendo uno de los factores más reconocibles y diferenciadores de la marca.

Los colores de la identidad visual han sido basados en las Islas Canarias y son cinco: el blanco, el azul, el amarillo, el rosa y el naranja,

Tipografía corporativa

Para el desarrollo de la identidad visual de A0, se utilizaron dos tipografías: Atkinson Hyperlegible y PP Supply Sans.

Esta primera tipografía es la principal de la identidad, utilizada principalmente en textos largos. Esta fuente ha sido nombrada en honor del fundador del Instituto Braille y fue desarrollada específicamente para mejorar la legibilidad para lectores con poca visión y también mejorar la comprensión.

Con respecto a la segunda tipografía, que será complementaria, es PP Supply Sans de la fundición tipográfica Pangram Pangram. Es la utilizada en el isologo y tagline de A0 pero su uso será también para títulos o textos más grandes.

Atkinson Hyperlegible

The image shows the letters 'Aa' in a blue, sans-serif font. The 'A' is tall and narrow with a wide base, and the 'a' is lowercase and has a rounded, bowl-like shape. The font is set against a solid pink background.

PP Supply Sans

The image shows the letters 'Aa' in a white, sans-serif font. The 'A' is tall and narrow with a wide base, and the 'a' is lowercase and has a rounded, bowl-like shape. The font is set against a solid blue background.

Atkinson Hyperlegible

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789¿?!%&#@*

Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789¿?!%&#@**

Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789¿?!%&#@***

Bold Italic

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789¿?!%&#@****

PP Supply Sans

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789;?!%&#@*

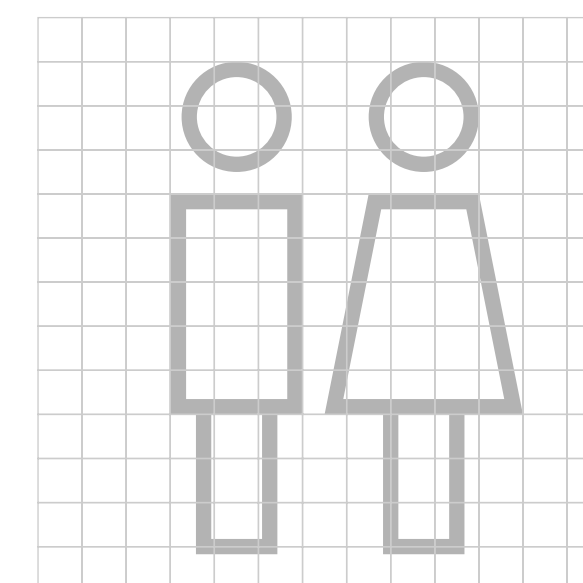
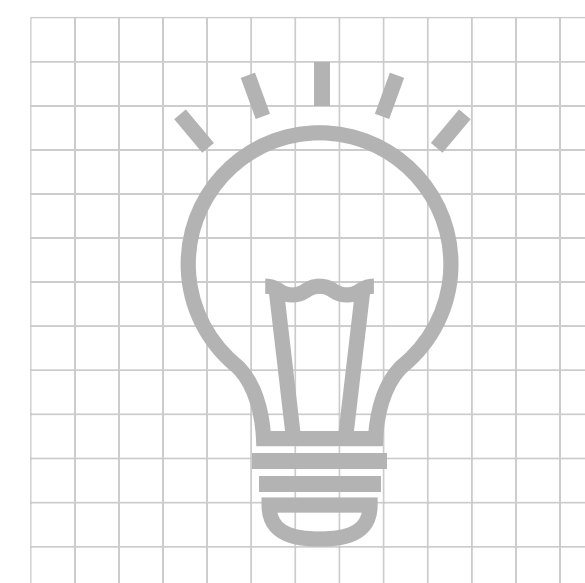
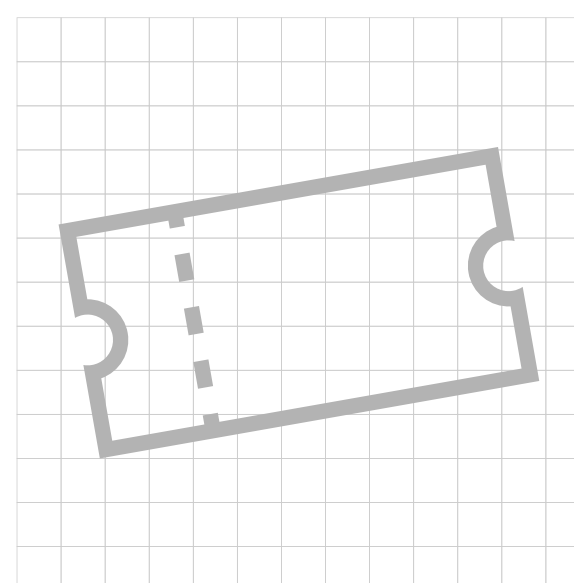
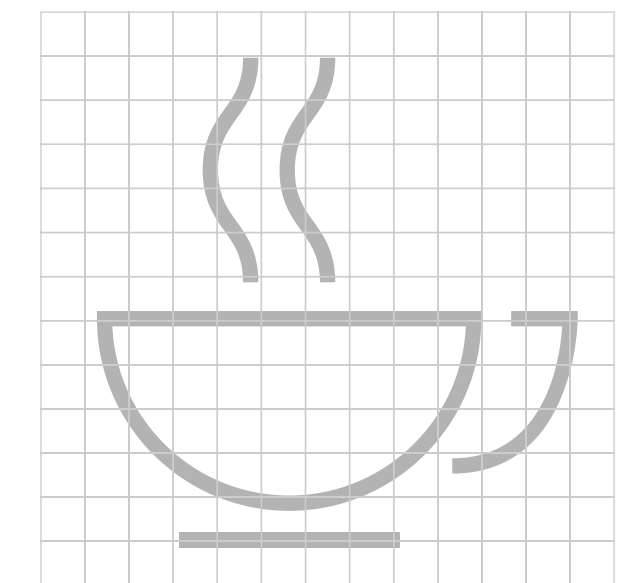
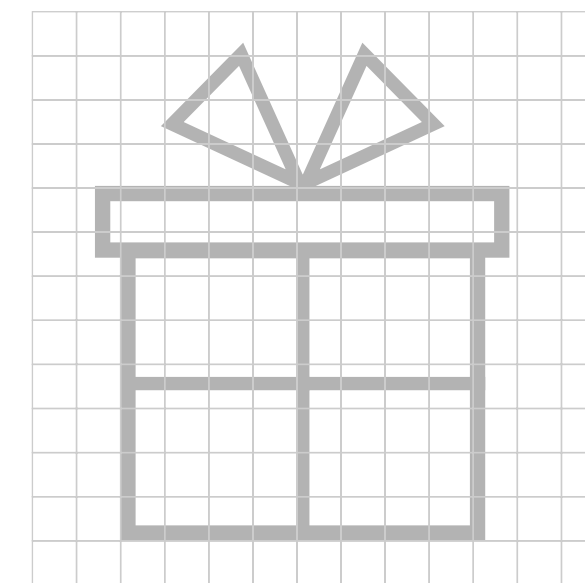
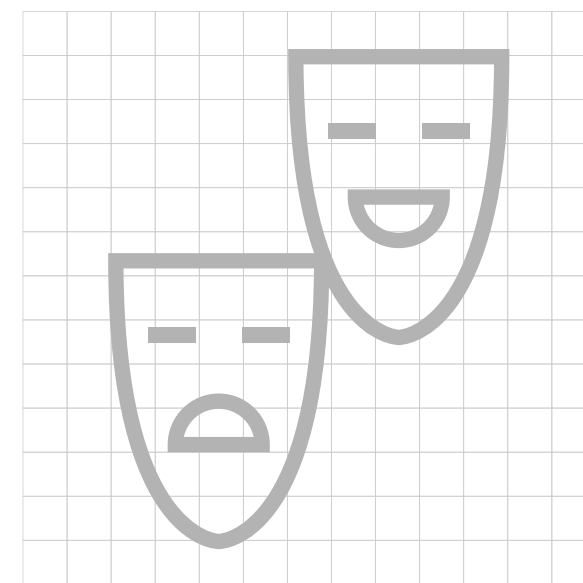
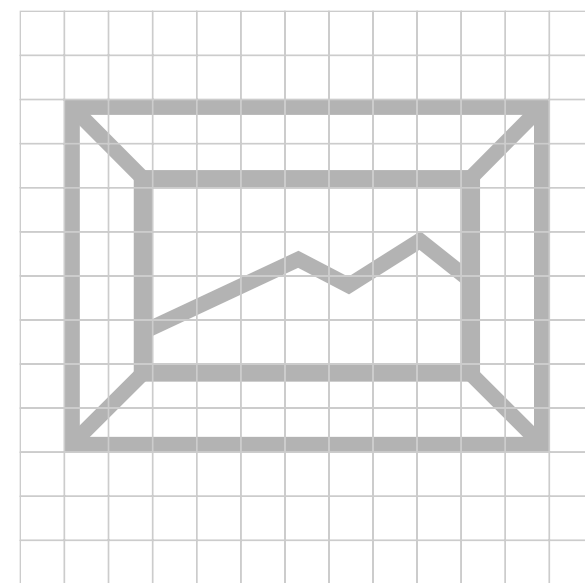
Ultralight

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789;?!%&#@*

Iconografía

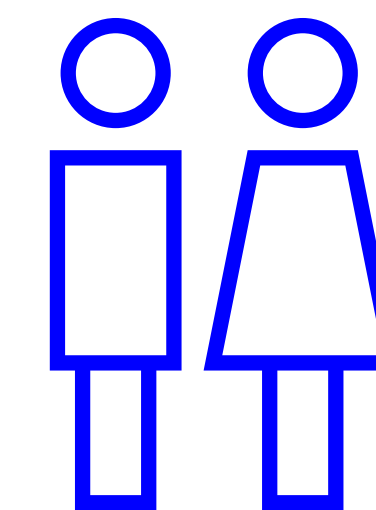
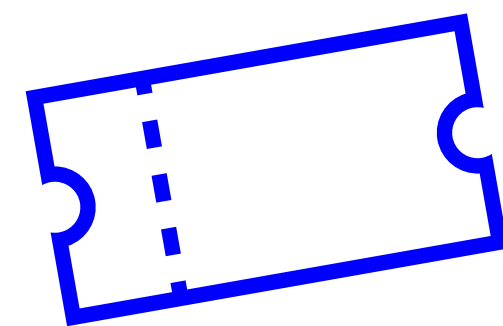
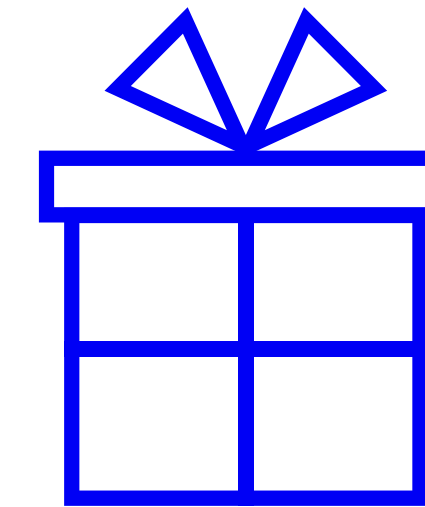
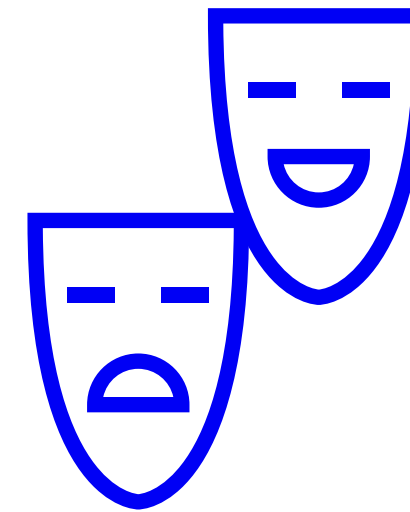
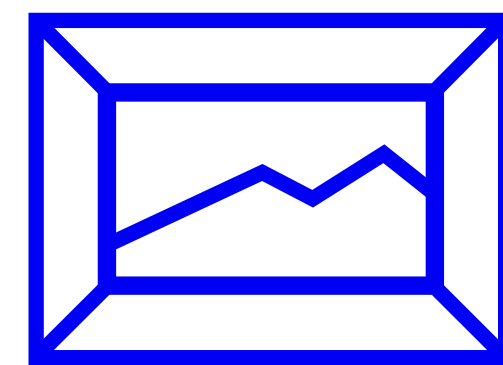
Iconografía corporativa para señalar las áreas del festival y así ayudar a la comunicación y entendimiento de cada una de ellas.

La retícula base es cuadrada de 13 "x" a partir de la cual se generaron los iconos.



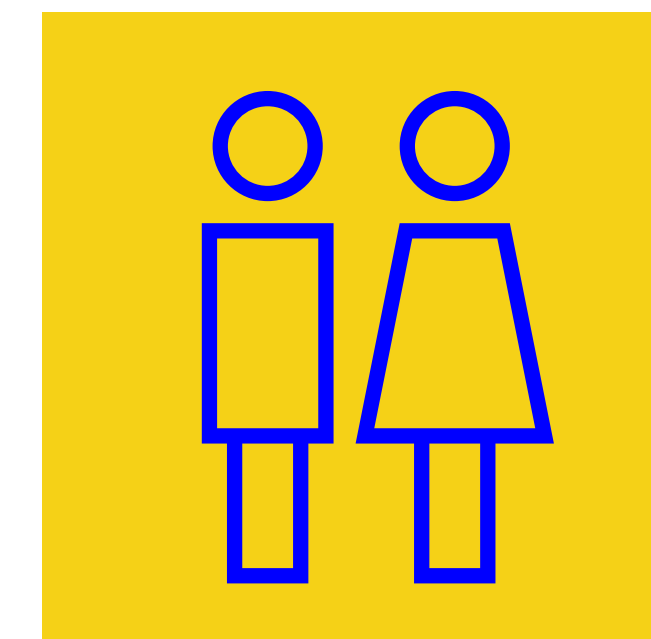
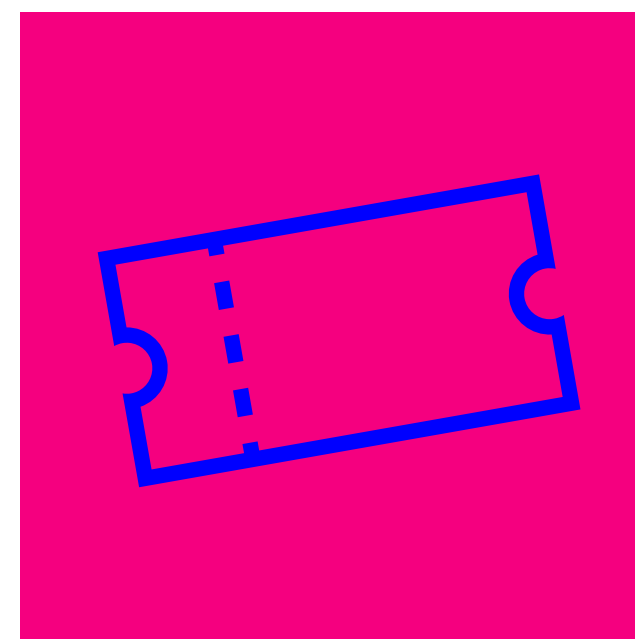
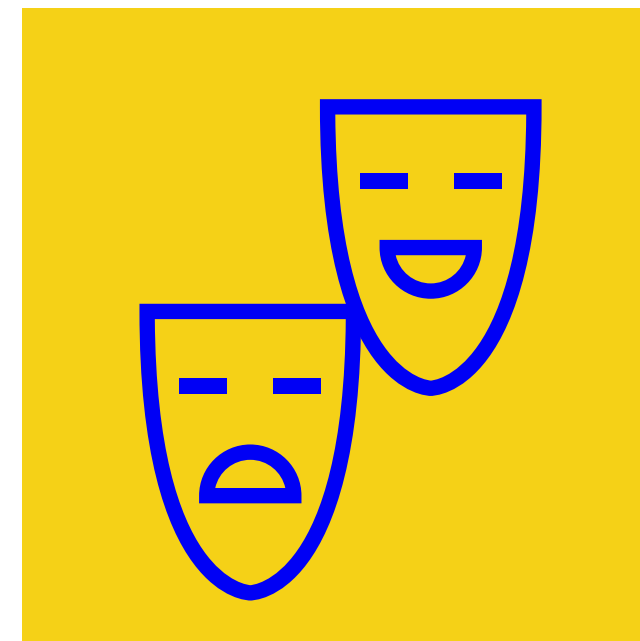
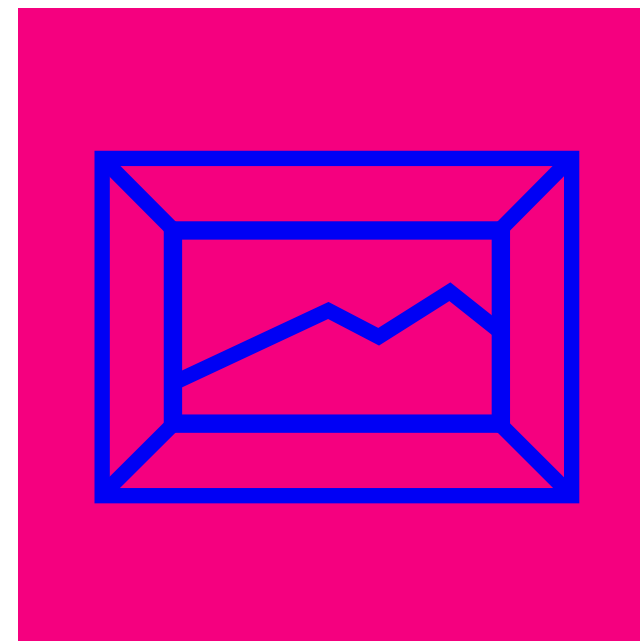
Iconografía

Iconografía corporativa con el azul corporativo de la marca A0.



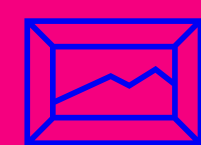
Iconografía

Iconografía corporativa sobre fondo de color que complementa la señalización de las áreas del festival como la galería de arte, el escenario o la zona multidisciplinar.



Iconografía

Iconografía corporativa sobre fondo de color acompañado del nombre del área del festival para su debida señalización.



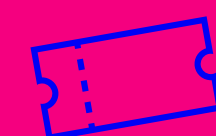
Galería de arte



Escenario



Zona multidisciplinaria



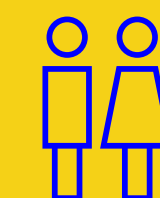
Tickets



Tienda



Cafetería



Servicios

A4

Aplicaciones



The poster features a dark blue background with a subtle, wavy pattern. At the top left, the 'A0' logo is displayed in a large, white, sans-serif font. To its right, the dates 'Sept - Nov 2023' are written in a smaller, white, sans-serif font. Below the logo, the festival's name 'Festival cultural efímero de Canarias' is written in a large, white, sans-serif font. Underneath the name, a short description in white text reads: 'Celebra el arte, la música, la danza y el teatro de las islas'. The central visual element is a 3D rendering of a dark blue, rectangular structure with a grid-like pattern of vertical slats, resembling a modern architectural element or a stage set. At the bottom of the poster, the text 'Más información sobre el festival en a0festival.cargo.site' is written in white. Along the bottom edge, there is a row of logos for the festival, the Canary Islands Government, the Canary Islands Region, and the island of Tenerife.

A0 Sept - Nov 2023

Festival cultural efímero de Canarias

Celebra el arte, la música, la danza y el teatro de las islas

Más información sobre el festival en a0festival.cargo.site

Festival cultural efímero de Canarias
Gobierno de Canarias
Islas Canarias
tenerife



A0

Festival cultural efímero de Canarias

01-03 Sept 2023

Avenida Marítima,
Santa Cruz de Tenerife

Viernes 01	Sábado 02	Domingo 03
10:30 Inauguración y discurso de bienvenida	11:30 Sesión 1. Recorrido guiado de la galería	11:30 Sesión 1. Recorrido guiado de la galería
11:30 Sesión 1. Recorrido guiado de la galería	12:00 Sesión 2. Recorrido guiado de la galería	12:00 Sesión 2. Recorrido guiado de la galería
12:00 Sesión 2. Recorrido guiado de la galería	12:30 Actuación de Supersonikka	12:30 Taller de Burka Teatro: Improvisación escénica
12:30 Taller de Jan Cocodrilo: Introducción a la ilustración	13:00 Actuación de Bárbara Calypso	13:30 Charla de Javier Arozena: El cuerpo en el espacio
14:00 Actuación de Nuria García	18:00 Taller de En Paralelo Danza: Introducción al hip-hop	15:00 Sesión de Akone
15:00 Sesión de Resonance	17:30 Charla de Cristóbal Tabares: El consumismo y el arte	16:00 Actuación de Compañía Nómada
16:30 Actuación de Yufunk Dance School	18:00 Actuación de Ant Cosmos	17:00 Actuación de Burka Teatro
17:30 Charla de Noelia Villena: Arte y feminismo	19:30 Actuación de Daniel Morales	18:00 Actuación de Suarez
18:30 Actuación de Troysteatro	20:15 Actuación de Delirium Teatro	19:00 Actuación de Eva Ruiz
20:00 Actuación de Lava Compañía		20:00 Actuación de Javier Arozena

A0 Festival cultural efímero de Canarias
Contenedor de cultura

SEPT- NOV 2023

<p>Tenerife</p> <p>Avenida Marítima, Santa Cruz de Tenerife 01-03 de septiembre</p> <p>Plaza del Cristo, San Cristóbal de La Laguna 07-09 de septiembre</p> <p>Amarilla Golf, San Miguel de Abona 14-16 de septiembre</p> <p>La Palma</p> <p>Parque de los Álamos, Santa Cruz de la Palma 21-23 de septiembre</p> <p>Puerto de Tzacorte, Tzacorte 27-29 de septiembre</p>	<p>El Hierro</p> <p>Puerto de la Estaca, Valverde 03-05 de octubre</p> <p>La Gomera</p> <p>Plaza de las Américas, San Sebastián de La Gomera 07-09 de octubre</p> <p>Muelle deportivo, Valle Gran Rey 13-15 de octubre</p> <p>Lanzarote</p> <p>Puerto deportivo, Arrecife 27-29 de octubre</p> <p>Plaza de las Naciones, Tias 01-03 de noviembre</p>	<p>Fuerteventura</p> <p>Recinto ferial, Puerto del Rosario 10-12 de noviembre</p> <p>Recinto ferial de Gran Tarajal, Tuineje 15-17 de noviembre</p> <p>Gran Canaria</p> <p>Plaza de Santa Catalina, Las Palmas de Gran Canaria 23-25 de noviembre</p> <p>Ciudad deportiva de Maspalomas, San Bartolomé de Tirajana 28-30 de noviembre</p>
---	---	---

Más información sobre el festival en a0festival.cargo.site













