

TE A TR O

Visto en la calle

CARME TEATRE

Calle Gutenberg 12, 46003, Valencia
www.carmeteatre.com

Edificio o sitio destinado a la representación de obras dramáticas o a otros espectáculos públicos propios de la escena.

Carme Teatre, sala y compañía de teatro valenciana con más de veinte años bajo los focos, nos encargó su nueva identidad visual. Ya se sabe, renovarse o morir, revitalizarse o caer en la invisibilidad. Ciertamente hoy en día, dado el espacio tan insolentemente plagado de imágenes, impactos visuales que hemos de esquivar o permitir que nos acaricien, si queremos competir en ese espacio o cuanto menos merecer el beneficio del reconocimiento, es necesario una buena marca, una identidad coherente, una identidad que goce —como dice el maestro Mario Eskenazi—, de las mejores cualidades: ser atractiva, única, memorable, natural, flexible, actual, duradera y funcional.

La conclusión, tras el proceso conjunto de un equipo formado por treinta diseñadores, fue la selección de seis propuestas y su presentación a Aurelio Delgado y Raúl Lago de Carme Teatre. No fue una tarea sencilla, pues tres de ellas, según los responsables, encajaban perfectamente. Por ello, la resolución llegó tras contrastar con varias personas ligadas a Carme Teatre y sobre todo después de dejar reposar durante dos semanas la decisión, destacando finalmente el carácter arriesgado, irreverente y en cierto modo más underground de la marca elegida, un magnífico himno al carácter independiente de Carme Teatre.

Ciertamente una nueva marca, al igual que un traje nuevo, o una perfecta conjunción astral, nos hace observar el mundo con una emoción diferente y la autoestima bien alta.

Boke Bazán, coordinador del proyecto

ENE
FEB
MAR
2011

CARME
TEATRE

PROPUESTA 1

Carmen Madrid
Joana Pastor
Paula Blanco
Rosa Deltoro





TEATRE PROPUESTA 3

Alicia Sáez
 Carolina Navarro
 Laura Martín
 Miguel Guinart

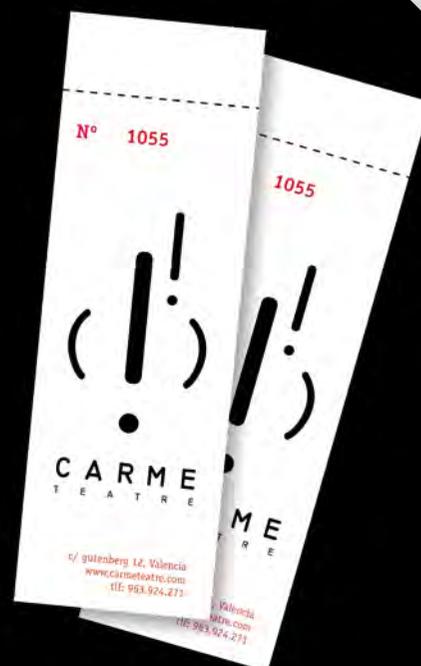


PROPUESTA 4

Marta Giménez Gil
 Mayte Villanueva García
 Borja Rausell Sánchez

PROPUESTA 2

Marina Senabre
 María Blasco
 Isabel García
 Luis Torregrosa



PROPUESTA 5

Vicente Calabuig
 Mara Frischherz
 Borja Martínez
 Berta Mora



Carme Teatre es un grito, una llamada, un reclamo

Carme Teatre es una compañía y sala de teatro valenciana que ofrece espectáculos en los que garantiza que el espectador no quedará indiferente, que cree en la educación cultural del público a través del teatro y en propuestas de contenido, que suelen desmarcarse de los círculos más comerciales. Es decir, Carme Teatre es, utilizando uno de los lemas que sirvieron para guiar las propuestas de identidad visual, “el teatro de la experiencia”. Partiendo de esta base, el proceso comenzó con la realización de un amplio mapa conceptual, sobre el cual se trabajaría en busca de lo que debía transmitir la marca. Entre las ideas obtenidas

se destacaron “impactante”, “transgresor”, “*underground*”, “experiencia”, “dinámico” y “nuevos lenguajes”.

Tomando como punto de partida dichos conceptos, se realizaron multitud de bocetos, guiados más por la intuición que por unas pautas rígidas de hacia dónde se pretendía llegar. Durante el proceso queda patente el gran atractivo del proyecto, ya que posee una profunda relación con el entorno artístico lo cual incitaba a probar multitud de técnicas, incluyendo intervenciones prácticamente teatrales con diversos materiales, que fueron fotografiadas y de las que, posteriormente, pudieron extraerse ideas y reflexiones. Casi de forma anecdótica, la propuesta definitiva procede de un boceto que fue desestimado en procesos previos de selección. Una vez realizados determinados





PROPUESTA SELECCIONADA

Helena Pérez García
Pablo Funcia
Anna Raga
José Cuñat

ajustes, pudo comprobarse que constituye la marca idónea, ya que transmite la fuerza y contundencia de los espectáculos ofrecidos por la compañía; posee un carácter atrevido y, en cierto modo, desafiante, características que encajan a la perfección con la agrupación teatral.

Así pues, la filosofía de la marca parte de la idea de que Carme Teatre constituye un grito, una llamada, un reclamo. Como compañía y como sala lanza un poderoso mensaje y el espectador debe responder a la llamada y acudir a experimentar. Una vez trabajado y resuelto el diseño de forma definitiva, se pudo comprobar que el símbolo, llamado “Carme”, resultaba enormemente versátil a la hora de transmitir la filosofía de la compañía en aplicaciones como cartelería promocional, invitaciones o soportes textiles. Dando un uso adecuado a estos medios de comunicación, “Carme” podría lanzar a los futuros espectadores numerosos y variados mensajes.

Graficamente se optó por el uso de una sola tinta, buscando el contraste máximo y el dramatismo que relacionase la propuesta

con el entorno al que pertenece. Así, la marca constituye la esencia más pura del teatro: la luz, la penumbra, el actor y el texto hablado. Entre las diferentes aplicaciones desarrolladas cabría destacar la papelería corporativa, diseñada casi exclusivamente para su impresión en serigrafía (blanco sobre negro), con el objetivo de generar una gráfica que captase la atención frente al habitual blanco y se mantuviese, en todo momento, dentro del juego teatral de luz-penumbra que ofrece el conjunto de la marca.

Pablo Funcia / www.pablofuncia.com



La marca constituye la esencia más pura del teatro: la luz, la penumbra, el actor y el texto hablado