

RIF: J 30847247-9



Universidad
Monteávila

República Bolivariana de Venezuela

Universidad Monteávila

Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información

Proyecto Final de Carrera

Proyecto Final de Carrera

Evento "Caracas a la Décima"

Autor:

Víctor Hugo Fernández O.

V-20.132.774

Profesor Coordinador:

Francisco Blanco

V-16.591.594

Caracas, 15 de Marzo de 2018

Dedicatoria

Dedico este proyecto a la ciudad de Caracas, por ser mi cuna, mi caos y mi buenaventura, y a cada uno de sus habitantes. A mi casa de estudios, la Universidad Monteávila, por brindarme conocimientos valiosos y el apoyo necesario para formarme como una persona integral de principios éticos, dedicada al trabajo, a la educación y al desarrollo de las ciencias y artes. Me siento orgulloso de ser parte de ella y me siento profundamente comprometido a devolver en mayor medida lo que mi alma mater me brindó. Agradezco a todas las personas que creyeron en mi proyecto, se involucraron como si fuese propio y decidieron apoyarme desde dónde les fue posible. Dedico mi labor también a mi madre quien ha sido una figura incondicional para mi y a mi difunta abuela Ernestina Matute a quien llevo presente en todo momento y que, pese a no estar en este espacio físico, me sigue dando la fortaleza y motivación necesaria para enfrentar cada adversidad que se me presenta en mi camino de vida.

- Víctor Hugo Fernández O.

Agradecimientos

“Caracas a la Décima” no hubiese sido posible sin el esfuerzo, compromiso y trabajo de un gran número de personas que creyeron con toda su Fe en el proyecto.

Agradezco al equipo de “Caracas a la Décima” quienes, siendo externos a la Universidad Monteávila, se involucraron en el proyecto como si fuese suyo y su grado dependiera de ello.

A mis Profesores por creer en mi y brindarme la asesoría y apoyo pertinente cuando más la necesitaba.

A CARACAS ROOF por prestarnos sus espacios y ser guía en la organización del evento.

A mis patrocinantes por brindar su apoyo y servicio. Especialmente a Santa Teresa, Alquivisual y Soho.

Por último, pero no menos importante, a todos los participantes y colaboradores del proyecto. Quienes brindaron el material intelectual necesario para dar pie al evento.

¡Gracias por creer en Caracas a la Décima!

Índice

Contenido

Dedicatoria.....	2
Agradecimientos.....	3
Índice.....	4
1. Resumen	5
2. Presentación del Proyecto "Caracas a la Décima".....	6
3. Estrategia.....	8
4. Propuesta.....	9
5. Pre – Evento.....	10
a) Público meta.....	10
b) Día, fecha y lugar del evento.....	11
c) Comités de trabajo.....	11
d) Participantes.....	14
e) Patrocinios y Proveedores.....	19
f) Logística y Planificación.....	21
g) Programa del Evento.....	23
h) Identidad Gráfica.....	24
i) Presupuesto	29
j) Comunicación y Promoción	31
6. Recolección de material intelectual.....	34
7. Evento	34
8. Post- Evento.....	36
9. Conclusiones	
10. Recomendaciones	
11. Anexos	

1. Resumen

Entendiendo que la cultura es la base fundamental de la sociedad y el arte un componente de ella, “Caracas a la Décima” busca aportar un espacio libre y artístico que haga relucir del arte su aspecto más comunicacional, promotor de ideas y de valores necesarios para la sociedad.

El presente PFC invita a participar en un homenaje sensible y reflexivo sobre las características, tanto positivas como negativas, de la ciudad capital: Caracas. La particularidad del evento es que dicho homenaje será realizado a través de una composición poética llamada Décima Espinela.

Dichas decimas fueron escritas por los mismos caraqueños dando su visión interdisciplinaria de la ciudad. Así mismo se incluyó dentro del proyecto distintas disciplinas artísticas como la fotografía, la cinematografía y la música para apoyar las estrofas poéticas.

“Caracas a la Décima” busca hacer ruido, involucrarse e insertarse en el medio e inspirara otros a sumarse a este tipo de proyectos. Quiere aportar su grano de arena a Venezuela y a la reconstrucción de ella a través de la cultura. Hacer del arte y la vanguardia bandera de protesta.

2. Presentación del Proyecto:

“Caracas a la Décima” tiene como finalidad ser un evento cultural destinado a la crítica y evaluación de Caracas bajo tres perspectivas: la idiosincrasia de sus habitantes, la ciudad como espacio físico y la situación actual en la cual se desenvuelve su sociedad; abordando así sus aspectos más negativos y puntos débiles como también su belleza y encanto. A modo que, al final, el evento termine sirviendo de homenaje sensible y reflexivo para nuestra sociedad y que, a su vez, agregue valor a la cultura venezolana.

Como particularidad, el evento busca promover esta crítica a través de la poesía. Específicamente bajo una composición poética llamada Décima que consiste en una estrofa de 10 versos de arte menor (octosílabos) de rima consonante a razón de ABBAACDDC. La elección de esta estructura parte de que es una composición única del idioma español que se presta tanto para la lírica, lo cual la hace útil para la sentencia, sátira y crítica, como para la épica, permitiendo narrar y explicar hechos reales o ficticios que retraten la ciudad y su cultura popular. La décima también crea un lugar propicio para la disputa entre opuestos, logrando así un debate retórico entre ideas, posturas y opiniones diversas. Cabe destacar que la décima, pese a tener gran valor cultural en la época de oro de España, y también en el desarrollo de Latinoamérica, ha perdido su vigencia; casi entrando en desuso. Por lo que una de las motivaciones del evento es rescatar este estilo y promoverlo dándole un toque vanguardista moderado que agrade y lo haga calar en la actualidad.

La razón para elegir Caracas como tema central se debe a que esta ciudad ha venido siendo un territorio de convulsiones y conflictos políticos, sociales y económicos donde la duda, la desesperanza, el silencio y censura, el descontento y el desconocimiento se han apoderado de sus habitantes. Parte del fundamento también yace en la cercanía a los eventos ocurridos en Venezuela a principios de este año (2017) los cuales afectaron significativamente la sensibilidad social.

Entendiendo que la cultura es la base fundamental de la sociedad y el arte un componente de ella, “Caracas a la Décima” busca atender el problema antes mencionado aportando un espacio libre y artístico que haga relucir del arte su aspecto más comunicacional, promotor de ideas y de valores necesarios para la sociedad. Un espacio que también reconozca y fomente el respeto y la libertad de expresión y que enaltezca la importancia de la crítica y el pensamiento. También creemos en nuestros intelectuales, nuestros talentos y nuestros emprendedores. Por ello queremos servir de medio y promover vías en donde se puedan desarrollar, dar a conocer y expresar libremente. Un espacio que incluso traiga de vuelta la fuga de los antes mencionados. Busca atender ese nicho desatendido y no tan conocido.

“Caracas a la Décima” busca hacer ruido, involucrarse e insertarse en el medio e inspirara otros a sumarse a este tipo de proyectos. Quiere aportar su grano de arena a Venezuela y a la reconstrucción de ella a través de la cultura. Hacer del arte y la vanguardia bandera de protesta. Por la calidad del evento y la reacción positiva de la audiencia se planea continuar con el desarrollo de nuevas ediciones que abarquen diversos temas relacionados al primero.

3. Estrategia

Para llevar a cabo el evento es necesario cubrir una serie de actividades importantes como lo son:

- Conceptualizar de manera concreta y sencilla las intenciones del evento.
- Definir qué se necesita para la realización del evento.
- Proyectar un presupuesto referencial.
- Buscar alianzas con personal entendido en el desarrollo de eventos.
- Concretar locación acorde a las necesidades del evento.
- Conseguir proveedores y patrocinantes alineados a la misión y visión del proyecto.
- Desarrollar diferentes estrategias efectivas en los ámbitos de comunicación para lograr el mayor alcance posible.
- Crear una identidad gráfica sólida y sugerente de los lineamientos del proyecto.
- Conformar un equipo de trabajo capacitado para desempeñar eficazmente las distintas áreas de trabajo.
- Crear una cuenta de apoyo para los no poetas en redes sociales de alto alcance. (@ccs.decima.)
- Crear un sistema comunicacional fluido entre los interesados y los productores.

4. Propuesta

Manual de producción

Cronograma

Tabla 1: Cronograma de producción "Caracas a la Décima".

Etapa	Punto a realizar	Cronograma
Pre - Evento	<ul style="list-style-type: none">• Creación del Proyecto• Presentación formal del proyecto• Elección Profesor Coordinador	1 de Septiembre del 2017 - 19 de Octubre del 2017
	<ul style="list-style-type: none">• Búsqueda de locación• Búsqueda de patrocinios• Búsqueda de fundaciones	19 de Octubre del 2017 – 31 de Enero del 2018
	<ul style="list-style-type: none">• Identidad Gráfica• Diseño de redes	1 de Noviembre de 2017 – 31 de Enero del 2018
	<ul style="list-style-type: none">• Convocatoria material intelectual	1 de Diciembre del 2017
	<ul style="list-style-type: none">• Lanzamiento Instructivo en Instagram• Promoción redes sociales	7 de Febrero del 2018
	<ul style="list-style-type: none">• Ensayos musicales	1 de Febrero 2018 -11 de

	<ul style="list-style-type: none"> • Activación redes sociales • Promoción e invitación 	Marzo 2018
	<ul style="list-style-type: none"> • Reservación de locación 	8 de Marzo del 2018
	<ul style="list-style-type: none"> • Entrega limite de material intelectual. 	12 de Marzo del 2018
Evento	<ul style="list-style-type: none"> • Montaje y realización del evento 	13 de Marzo del 2018
	<ul style="list-style-type: none"> • Medición 	14 de Marzo -15 de Marzo
Post - Evento	<ul style="list-style-type: none"> • Entrega PFC 	15 de Marzo

5. Pre-Evento

a) Público meta

Comprendido por hombres y mujeres, residenciados en la ciudad de Caracas, entre las edades de 20 y 70 años, aproximadamente. En su mayoría amantes de la poesía, la literatura y, principalmente, de la ciudad capital. Caraqueños cultos, promotores del arte, valores y de ideas innovadoras.

Se identificó el público meta mediante el análisis de la conceptualización de "Caracas a la Décima".

b) Día, fecha y lugar

Para la definición del día, fecha y lugar del evento se consideró escoger una fecha que permitiera lograr realizar el cronograma planteado de manera efectiva y que fuese un periodo de tiempo lo suficientemente prolongado para lograr la recolección de la mayor cantidad de material posible. En cuanto a la locación, era de suma importancia encontrar un lugar de fácil acceso, de gran amplitud para la comodidad de los invitados y desde donde se pudiera contemplar la ciudad Caracas.

Se decidió llevar a cabo el evento el día Martes 13 de Marzo del 2018, entre las 6:00 p.m. y 9:00 p.m. en la terraza de Caracas Roof, Piso 4, Tolón Fashion Mall, Las Mercedes, Municipio Baruta.

c) Comités de trabajo

Si bien este proyecto está conformado por un solo integrante. Cabe destacar que para garantizar la ejecución y el éxito del evento y proyecto se contó con el apoyo de diferentes personas externas a la universidad.

- **Comité de Dirección y producción**

La coordinación y dirección general de "Caracas a la Décima" fue desempeñada por el autor y creador del evento Víctor Hugo Fernández junto a la asistencia activa de Virginia Sotillo. La búsqueda de patrocinios, proveedores y locación también se canalizó a través de este comité en conjunto con el Comité de Finanzas.

- **Comité de Comunicaciones**

Dirigido a la difusión, publicidad y notificación de información y asuntos de interés. Contó con la participación de Victoria Martins y Víctor Hugo Fernández.

- **Comité de Finanzas**

Dedicado a la proyección, elaboración, distribución y factibilidad del presupuesto, la recolección de capital y la adquisición de bienes y servicios. Encargados Víctor Hugo Fernández y John Phelan.

- **Comité de Identidad gráfica**

Orientado a conceptualizar y diseñar la identidad e imagen del proyecto se creó una dupla

de trabajo conformada por Víctor Hugo Fernández junto con la asesoría de la diseñadora gráfica Constanza Cabrera.

- **Comité de Logística y Protocolo**

Destinado a todo aspecto necesario para cubrir la organización y desarrollo del evento, se creó un equipo amplio de planificación logística conformado por: Víctor Hugo Fernández, Virginia Sotillo, Stefany Cornejo y Sharon Finlay.

En cuanto al personal de protocolo durante el evento, se conformó un equipo con los siguientes integrantes: Virginia Sotillo, Stefany Cornejo, Sharon Finlay, John Phelan, Gabriela Cornejo, Andrea Peñuela,. Cabe destacar que contamos con la colaboración de personal externo al proyecto: Francy Clemente (Organizadora de Caracas Roof), personal de seguridad, montaje y limpieza (Caracas Roof) y Diego Maldonado (Socio y encargado de Alquivisual).

Tabla 2: Personal de Protocolo

Personal de Protocolo	
Nombre	Cargo
Andrea Peñuela	Asistente
Gabriela Cornejo	Asistente
John Phelan	Barra y Catering
Sharon Finlay	Recepción y Barra
Stefany Cornejo	Manejo de proyecciones y Catering

Victor Hugo Fernández	Coordinación y Dirección
Virginia Sotillo	Coordinación, Decoración y Catering
Colaboración externa	
Diego Maldonado (Alquivisual)	Montaje de sonido y Proyector
Francis Clemente (Caracas Roof)	Decoración y Distribución
Personal Caracas Roof	Seguridad, Montaje y Limpieza

d) Participantes

- **Justificación de los participantes**

“Caracas a la Décima” se centró en buscar a caraqueños apasionados por las artes, con pensamiento crítico, que generaran contenido y promovieran valores y principios, de diferentes ocupaciones o profesiones; Artistas, poetas, escritores, intelectuales, fotógrafos, cineastas, músicos, entre otros, que quisieran mostrar, desde sus medios, cómo ven Caracas y qué piensan de ella. De igual manera, se incluyó en el proyecto a todas aquellas personas interesadas en participar, de una u otra forma, en el proyecto.

La mayor parte de promoción del evento se centró en alcanzar la mayor cantidad de participantes voluntarios, haciendo uso de distintos círculos sociales.

- **Invitación a participantes**

La invitación a participar en el proyecto fue abierta y estratégica a través de redes sociales como Instagram, Twitter y Facebook También se llevó a cabo por correo electrónico y de boca a boca.

- **Agradecimiento a Participantes**

Se agradeció de manera cortés y educada la valiosa participación a cada involucrado en el proyecto, sea cual fuese su aporte. También se invito de manera especial a cada participante del evento.

- **Base de datos de Participantes**

Tabla 3: Datos de participantes

Base de Datos Participantes		
Décimas		
Participante	Talento	Cuenta de Instagram
Marysol Rodríguez	Amateur	
Julimar Valentina Rivas	Amateur	@valentina_1098
Pablo Vázquez	Amateur	@dahpablo
Andrés Peña	Amateur	@andrespoliv

Nicolás Villanueva	Amateur	@nicovillanu
Gerardo Estaba	Amateur	@gerardowas
Gianfranco Di Paolo	Amateur	@urugian
Daniel López	Amateur	@lopote
Camila Mirabal	Amateur	@camimirabal
Javier Eslava	Amateur	@javyeslava_photo
Bárbara Aznar	Amateur	@barbsaznar
María Gabriela Bermúdez	Amateur	
Tere Marmo Pérez	Poeta	@teremarmo
Jesús Valerio	Amateur	@j_valeriano
Jairo José Rondón	Poeta	@rondon_jrs
Marlo Ovalles	Poeta	@teampoetero
Alejandro Da Costa	Amateur	@dacostalejo
Pedro Massaroni	Escritor	@pedromassaroni
Sathya Doval	Amateur	@rsathydoval
Antonio Maiorino	Poeta	@amaio95
Cecilia Rivas	Amateur	@ccriverolivieri
Jorge Pepe	Amateur	@peponsky
Giusseppe Cianci	Amateur	@giucianci
Ana Gabriela Soledad	Amateur	@anagoledad
Johanna García	Amateur	@Joha_garcia
Luigi Discipio	Amateur	@luigidiscipio
Jean Paul Faouën	Músico	@atipicovzla

Klever Rosales	Amateur	@kleverrosales
Maria Antonieta Rosales	Amateur	@mariant28
Virginia Sotillo	Amateur	@virsotillo
Alexandra Cárdenas	Amateur	@alec1412
Pierina Caliendo	Poeta	@pierinacaliendo21
Corina Álvarez	Poeta	@coritweet
Adriana Affili	Amateur	@affilgud
Antonella Affili	Amateur	@antonellafilli
Genesis Santella	Amateur	@genesisantella
Raúl Angulo	Músico	@raulangulo18
Fabian Arzola	Músico	@f_arzolap
Suso Sudón	Poeta	@susosudon
Victor Hugo Fernández	Amateur	@victorhugof22
Willy McKey	Escritor	@willymckey

Fotografía		
Participante	Talento	Contacto
Aarom Montalvo	Fotógrafo	Aarommontalvo@gmail.com
Andrés Piñate	Fotógrafo	Detrasdellente15@hotmail.com
Carolina Ortiz	Fotógrafo	carolinaortizbaralt@gmail.com
Donaldo Barros	Fotógrafo	@donaldobarros
Javier Eslava	Fotógrafo	Javeslava@gmail.com
Luis Miguel Cáceres	Fotógrafo	Luismiguelcaceres93@gmail.com

Pablo Vazquez	Fotógrafo	pjvm93@gmail.com
---------------	-----------	--

Video		
Participante	Talento	Contacto
Diego Mojica	Fotógrafo	deigomojicafoto@gmail.com
John Phelan	Colaborador	johnfedericophela@gmail.com
Pablo Vazquez	Fotógrafo	pjvm93@gmail.com
Vanessa Phelan	Diseñadora / Edición	Vanessaphelan95@gmail.com

Músicos		
Participante	Talento	Contacto
Andrés Peña	Pianista	andrespoliv@gmail.com
David Molina	Baterista	davidmolinalares@gmail.com
Fabián Arzola	Trompetista	arzolapfa@gmail.com
Jean Paul Faouën	Cantante	jeanfaov@gmail.com
Raúl Angulo	Guitarrista	Raulangulou93@gmail.com
Victor Hugo Fernández	Bajista	Victorfernandez.01.94@gmail.com

- **Currículos participantes**

Los participantes voluntarios del evento provienen de diversos lugares de la ciudad, con distintas cualidades y niveles de ejecución artística. Para la participación en el evento no se tomo

en cuenta la profesión y trayectoria de los interesados debido a que resultaba indiferente para el evento. El único requerimiento era ser caraqueño.

Los músicos ejecutantes pertenecen a la banda Manoa la cual lleva 2 años de exitosa trayectoria. Cada uno, por su parte, posee mas de 5 años de experiencia como músicos profesionales.

e) Patrocinios y proveedores

Para alcanzar la calidad optima requerida para el desarrollo del evento, se realizó una búsqueda exhaustiva de patrocinios y proveedores que garantizaran el éxito del evento y que, a su vez, brindaran al público la mejor experiencia posible.

La mayor parte de los esfuerzos realizados durante la Pre-Producción, se centraron en conseguir empresas u organizaciones, relacionadas a los lineamientos del evento, capaces de apoyar el proyecto y aportar valor desde su rubro.

Todo acuerdo realizado, se planteó bajo la intención de beneficiar estratégicamente a las partes involucradas. Algunos patrocinios logrados fueron por puro interés del patrocinante en la iniciativa del evento, esto sucedió específicamente con los círculos sociales A Palabra Limpia y Foto Chacao

- **Tipos de patrocinios alcanzados:**

Patrocinio en Productos o Servicios: Las siguientes empresas apoyaron con su producto o servicio, requerido para la producción del evento, a cambio de publicidad y/o presencia de la marca dentro del mismo.

Tabla 4: Patrocinio Productos o Servicios

Empresa	Producto o Servicio
Alquivisual	Sonido y proyectores.
Santa Teresa	Producto, vasos.
Soho	Catering / Pizzas.
Distribuidora Yaya	Insumos, descorche.

Patrocinio en Medios de Comunicación: Se llevaron a cabo diversas alianzas estratégicas con medios de comunicación, empresas y círculos para la difusión y promoción efectiva del evento, tanto para la recolección de materia intelectual como para la promoción del evento, a cambio de publicidad o presencia de la marca en redes o en el evento.

Tabla 5: Patrocinio medios de comunicación

Empresa	Servicio y Medio
A Palabra Limpia	Publicación y promoción en Instagram
<u>Foto Chacao</u>	Publicación y promoción en Instagram

<u>Team Poetero</u>	Publicación y promoción en Instagram
<u>Sin Mordaza</u>	Publicación y promoción en Instagram

- **Tipos de proveedores alcanzados:**

Proveedores de productos o servicios: Las siguientes empresas apoyaron con su producto o servicio, requerido para la producción del evento.

Tabla 6: Proveedores

Empresa	Producto o Servicio
Caracas Roof	Locación
Oscar Cisneros	Barra de tragos

- **Carta de invitación a patrocinantes:**

La relación con los patrocinantes se inició con la presentación formal del evento conversando *in situ* con la persona encargada y, al mismo tiempo, el envío de una carta con la explicación detallada del evento. Asimismo, se especificó los beneficios que conllevaría la alianza y participación en el mismo. “Caracas a la Décima” contó con la participación de 7 patrocinios.

f) Logística y planificación

Se planteó todos los aspectos a considerar, en la organización y Producción del Evento, mediante la implementación de una efectiva y sólida estrategia logística.

Catering: En cuanto a la degustación, se distribuyó pizzas patrocinadas por el establecimiento Soho. En cuanto a la hidratación, se dispuso de una barra de ron del patrocinador Santa Teresa, junto con diversas bebidas como Cola negra, Agua y soda.

Decoración: La atracción decorativa principal era la vista que proporcionaba la terraza del local Caracas Roof. El cual fue idóneo ya que el evento se trataba de caraqueños hablando de Caracas. En vista a la calidad del evento se planificó una decoración que brindara una experiencia más amigable y acorde a la presentación por lo que se decidió utilizar muebles tipo lounge; 60 bancos/ Puff, 5 mesas altas y 6 sillas con respaldar.

Se buscó centrar la atención de la audiencia en las pantallas y los músicos.

Equipos audiovisuales: Para las proyecciones fue necesaria la utilización de una pantalla principal de 3.10mts por 2.40mts y dos auxiliares de 2.40mts por 1.90mts. en conjunto a 3 proyectores y 4 computadoras.

Para la ejecución de la banda se necesitó un P.A. sencillo para los 6 músicos. En total se usaron 6 micrófonos: 3 para la batería, 1 para la trompeta, 1 para el cantante y 1 para el presentador. El bajo y el piano salieron por línea directa y la guitarra por su propio amplificador.

Protocolo: Se conformó un equipo con los siguientes seis integrantes: Virginia Sotillo (Coordinación, Decoración y Catering), Stefany Cornejo (Manejo de proyecciones y Catering), Sharon Finlay (Recepción de invitados y Barra), John Phelan (Barra y Catering), Gabriela Cornejo y Andrea Peñuela (Asistentes).

g) Programa del evento

Durante el desarrollo de "Caracas a la Décima", se realizó una explicación al público, del propósito y sinopsis del Evento, individuos participantes, agradecimiento a patrocinios, y cronograma detallado. Éste se encontró situado previo a la primera presentación musical y sirvió de gran apoyo para la planificación de las actividades.

Cronograma

6:00 p.m. – Apertura

7:00 p.m. – Inicio del evento "Caracas a la décima"

7:15 p.m. – Primera presentación musical: Idiosincrasia

7:25 p.m. - Segunda presentación musical: Espacio Físico.

7:45 p.m. – Tercera presentación musical: División Social, Crisis.

7:55 p.m. – Cuarta presentación musical: Conclusión.

8:00 p.m. - Cierre presentaciones

9:00 p.m. - Clausura

h) Identidad gráfica

En cuanto a la identidad gráfica, se conceptualizó, desarrolló y decidió la misma bajo el criterio y talento de Víctor Hugo Fernández y la asesoría técnica y artística de la diseñadora gráfica Constanza Cabrera, caraqueña quien reside en Brooklyn, New York.

- **Imagen gráfica**

Logo: La conceptualización del logo se inspiró en el uso del paréntesis y el 10 haciendo alusión a la potenciación matemática y el uso de la abreviatura de Caracas, CCS. Se buscaba dar a entender que Caracas es el centro de atención, por ello se encerró entre paréntesis, y que ese centro estaría evaluado a través de la Décima Espinela. Finalmente, se decidió abreviar Caracas y, como a un valor numérico, elevarla a la diez resultando un juego de símbolos y conceptos: Caracas elevado a la décima potencia, Caracas a la décima.



(CCS)¹⁰



(CCS)¹⁰



(CCS)¹⁰

Colores: En cuanto a la pigmentación del logotipo, se seleccionó el color gris COM0Y0K90. Según la Teoría de Psicología del Color, este color expresa duda y melancolía, lo que concordaba con la intención de todo el proyecto, ser un homenaje sensible y reflexivo atendiendo a la pregunta ¿Qué es Caracas?. A su vez, el color gris, por ser metálico, posee una imagen lustrosa que da la impresión de frialdad, brillantez, lujo y elegancia, por su asociación con los metales preciosos.

Fuente: La tipografía utilizada para el logo e identidad gráfica fue Century Gothic, de estilo Sans Serif o palo seco. La elección de esta fuente se debe a que es geométricamente perfecta y que, por no tener terminaciones, es visualmente llamativa y fácil de identificar para el ojo humano.

Caracas
a la décima

Ejecución: La mayor ejecución del logo fue sobre fotografía a color y fotografía blanco y negro por lo cual la aplicación más recurrente fue el logo en blanco para que visualmente resultase más atractivo.

- **Imagen de Instructivo en Redes**

Para la creación de la imagen gráfica del instructivo en la Red Social Instagram, se buscó facilitar visualmente al lector la secuencia de pasos a seguir mediante el balance adecuado de colores primarios y la sucesión de números primos. Atendiendo un color para cada paso y tema. A su vez, se quería representar los pigmentos de la bandera de Venezuela. Se logró reflejar una imagen elegante, minimalista y sobria, que fue aceptada gratamente por los seguidores. Véase el perfil de Instagram en el Anexo A

- **Imagen del evento**

Para la imagen del evento se mantuvieron los mismos lineamientos acordados en la imagen gráfica con la excepción de que todos los fondos de artes utilizados corresponderían al material fotográfico o audiovisual recolectado. Se buscó mantener los mismos requerimientos estéticos de elegancia, minimalismo y sobriedad.



- **Diseño de invitación**

Para la invitación se presento una sola propuesta que combinaba el diseño gráfico con la fotografía. Esta última fue tomada y aportada al proyecto por el fotógrafo caraqueño Pablo Vazquez, donde capturo la imagen frente a las Torres de Parque Central encerrando una de ellas en un triangulo con el techo de una edificación próxima al complejo. La inclinación que existió en la toma de decisión de esta fotografía fue porque representaba una edificación ícono de Caracas que refleja la arquitectura contemporánea, el avance y el diseño de vanguardia, como también sugería el deterioro del mismo. Que estuviese encerrado en un triangulo calaba con la idea de evaluar la ciudad bajo tres puntos o premisas: La idiosincrasia, la ciudad como espacio físico y la división social y política. Consideramos que la invitación sugería conceptualmente todo lo que implicaba el proyecto.

(CCS)¹⁰

Escribe tu **Caracas** en décimas...

Martes 13 de Marzo

Lugar: **Caracas Roof**,
Tolón Fashion Mall, Piso 4,
Las Mercedes.

Hora: **6:00 p.m.**

Vestimenta: **Semiformal**



i) Presupuesto

“Caracas a la Décima” debía economizar y moderar la totalidad de sus gastos y al mismo tiempo garantizar un evento exitoso y de alta calidad. Por lo cual, se realizó una búsqueda exhaustiva de diversos proveedores que cumplieran con las exigencias y a su vez financiaran los mismos.

Pese a la crisis económica por la cual transita Venezuela, se logró costear la mayoría de los insumos a través de patrocinios, donaciones e intercambios.

En cuanto a los gastos en metal, se logró recaudar el monto exacto por la suma de divisas de diversos particulares, quienes decidieron donar el monto de su elección en pro del evento por simple empatía, en calidad de benefactores. La totalidad de donantes fueron 12 quienes no exigieron ningún tipo de condición.

Por lo tanto, los costos se cubrieron en su totalidad sin necesidad de que “Caracas a la Décima” incurriera en algún gasto.

Presupuesto	
Locación	
Caracas Roof	Bs 65.000.000
Mobiliario	
Barra de tragos	Bs. 2.500.000
Productos	
Ron	Patrocinio

ColaNegra	Patrocinio
Hielo	Patrocinio
Soda	Patrocinio
Agua Mineral	Patrocinio
Pizza	Patrocinio
Materiales	
Servilletas	Patrocinio
Pitillos	Patrocinio
Vasos	Patrocinio
Servicios	
Sonido evento	Patrocinio
Sonido Músicos	Patrocinio
Proyectores	Patrocinio
Pantallas	Patrocinio

Total	Bs 67.500.000
--------------	---------------

j) Comunicación y Promoción

La promoción y comunicación del evento, es uno de los elementos esenciales para el logro exitoso del mismo, por lo cual debe prestarse mayor atención y canalizar fuerzas estratégicas para lograr la mayor propagación del contenido de interés a los destinatarios objetivos.

Debe destacarse que la invitación al evento fue selectiva y no masiva, debido a los límites planteado por la locación y la cantidad de insumos recibidos.

Se desarrollaron varios canales de comunicación en simultaneo atendiendo a la estrategia comunicacional planteada:

- **Presentación Boca a Boca**

Es una de las técnicas mas eficaces a la hora de promover un evento, el Comité de Comunicaciones desempeñó una gran labor propagando la información del evento "Boca a Boca" diariamente a contactos específicos que atendían a las necesidades e intereses del proyecto.

Debido a que esta es una de las técnicas que genera mas confianza, por la simple razón de mirar cara a cara al locutor y lo fluido que resulta el dialogo, se trató a los proveedores y patrocinantes de esta forma, junto a una invitación mas formal por correo, para lograr una primera buena impresión, generar confianza y empatía.

- **Presentación *in situ***

A modo de atraer mas personas a involucrarse en el evento se realizó un gira de exposición del proyecto en todos los salones de Comunicación Social en la Universidad Monteávila. Lo mismo sucedió en menor escala en la Universidad Metropolitana en la escuela de Estudios Liberales.

- **Invitación personalizada**

Se elaboró un carta de presentación, en formato de correo electrónico, para los espectadores, invitados, patrocinantes y participantes informando la intensión y naturaleza del proyecto, las bases de participación y por ultimo la información del evento.

- **Redes sociales**

Las únicas redes sociales de Caracas a la Décima fueron Facebook e Instagram, siendo esta ultima la de mayor actividad y alcance, pese a ser en esencia un instructivo. Tiene como nombre @ccs.decima, y sirvió para promover a los talentos a involucrarse y, a su vez, servir de promotor del evento.

- **Medios de comunicación**

Se estableció alianzas estratégicas para la promoción del evento con medios de comunicación caraqueños de alto impacto como lo son: A Palabra Limpia, Foto Chacao, Team Poetero y Sin Mordaza.

- **Base de datos medios de comunicación**

Base de datos Medios Aliados			
Medio	Enlace	Red Social	Publicación
A Palabra Limpia	Victoria Martins	Instagram	Stories periódicos
Foto Chacao	Alessandra Vitulli	Instagram	Stories periódicos
Team Poetero	Marlo Ovalles	Instagram / Twitter	Publicación, Stories, Tweet fijo.
Sin Mordaza	Daniela Pereira Casas	Instagram/ Facebook	Promoción Facebook, Stories periódicos

6. Recolección de material intelectual

Para poder recolectar todo el material intelectual se creó un correo propio del evento: Caracasdecima@gmail.com donde su principal función era recolectar el material y servir como medio de comunicación entre los participantes, los proveedores y los patrocinantes.

Una vez recolectado el material se realizó una especie de curaduría depurando el material de contenido inapropiado o equivoco. La fecha de inicio de la recolección tuvo lugar el 07 de Febrero del 2018 y culminó el 12 de Marzo del 2018.

El correo fue facilitado en las redes sociales del proyecto.

7. Evento

El evento "Caracas a la Décima" se llevó a cabo el Martes 13 de Marzo del 2018 en las terrazas de Caracas Roof, Tolón Fashion Mall, Las Mercedes, Municipio Baruta. Dando inicio a las 6:00 p.m. y culminando a las 9:00 p.m., lo que estima una duración de 3 horas.

Para poder dar inicio al Evento, de manera efectiva y organizada se convocó a los distintos proveedores a partir de las 12 del mediodía para dar tiempo suficiente de cubrir o solucionar cualquier tipo de imprevisto.

En éste sentido, se presentó a la locación los empleados pertenecientes al equipo de Oscar

Cisneros, Caracas Roof y Alquivisual para la colocación de múltiples artefactos, referentes a la preparación de los servicios audiovisuales, de catering y de decoración. Seguidamente, se realizó la construcción de las pantallas. Las cuales fueron dispuestas estratégicamente para que todos los asistentes pudiesen visualizar sin mayor esfuerzo.

Por otro lado, Se convocó a los músicos a las 4:00 p.m. para realizar las pruebas de sonido pertinentes y su distribución en el escenario. El personal de protocolo también se situó en el local a la misma hora con la finalidad de prepararse para la recepción de los invitados.

Hubo un retraso por parte de los asistentes lo cual corrió el evento alrededor de media hora. Una vez iniciado el evento, se realizó un discurso introductorio al proyecto y de agradecimiento a los distintos participantes y patrocinios. Se dió apertura a la barra de licores y se dispuso al público a atender la primera presentación musical.

Entre cada presentación se repartió pizzas a la audiencia y se les invitó a participar en un concurso con el patrocinante el cual el interesado debía tomarse una fotografía consumiendo el producto y publicarla en su red social, etiquetando al patrocinantes, el evento y añadiendo a 3 amigos. Al mismo tiempo fueron proyectadas imágenes de Caracas en las pantallas.

Una vez terminado el evento, se dio nuevamente las gracias y las menciones pertinentes a los involucrados, terminando así el evento.

8. Post- evento

El Proyecto Final de Carrera, logró de manera exitosa, el objetivo principal de involucrar al público a una experiencia y movimiento positivo, brindándoles así, una perspectiva y/o representación alegre y optimista del venezolano.

Satisfactoriamente, tanto los asistentes invitados, como la comunidad de seguidores, construida a través de @ccs.decima, han expresado gran interés y admiración por la iniciativa llevada a cabo en el Evento. Incluso se está evaluando la posibilidad de replica del evento en Barquisimeto y en Margarita.

“Caracas a la décima” logró llegar a la sensibilidad de algunos caraqueños. Por otro lado promovió a numerosas personas a adentrarse en la literatura, en la poesía y en la fotografía. Elevó, del arte, su parte mas comunicacional.

9. Conclusiones

Para finalizar, podemos concluir que ha resultado un gran aprendizaje el poder llevar a cabo este Proyecto Final de Carrera. Nos hizo entender que la pasión es aquel foco de motivación y seguridad que nos puede acercar al éxito, siempre que el trabajo se lleve a cabo con constancia, optimismo, superando las dificultades. Se lograron poner en práctica herramientas y conocimientos obtenidos a lo largo de estos cinco años en la Universidad Monteávila. Además, nos produjo gran satisfacción poder vocear de cierto modo a través del evento experiencias e

historias de caraqueños apasionados.

La realización de este proyecto puso a prueba muchas de nuestras destrezas profesionales y personales en el momento de lidiar con situaciones difíciles durante la Producción del Evento. Supimos identificar nuestras fortalezas y aprendimos a superar y a trabajar en nuestras debilidades, logrando tener como resultado un evento completamente exitoso.

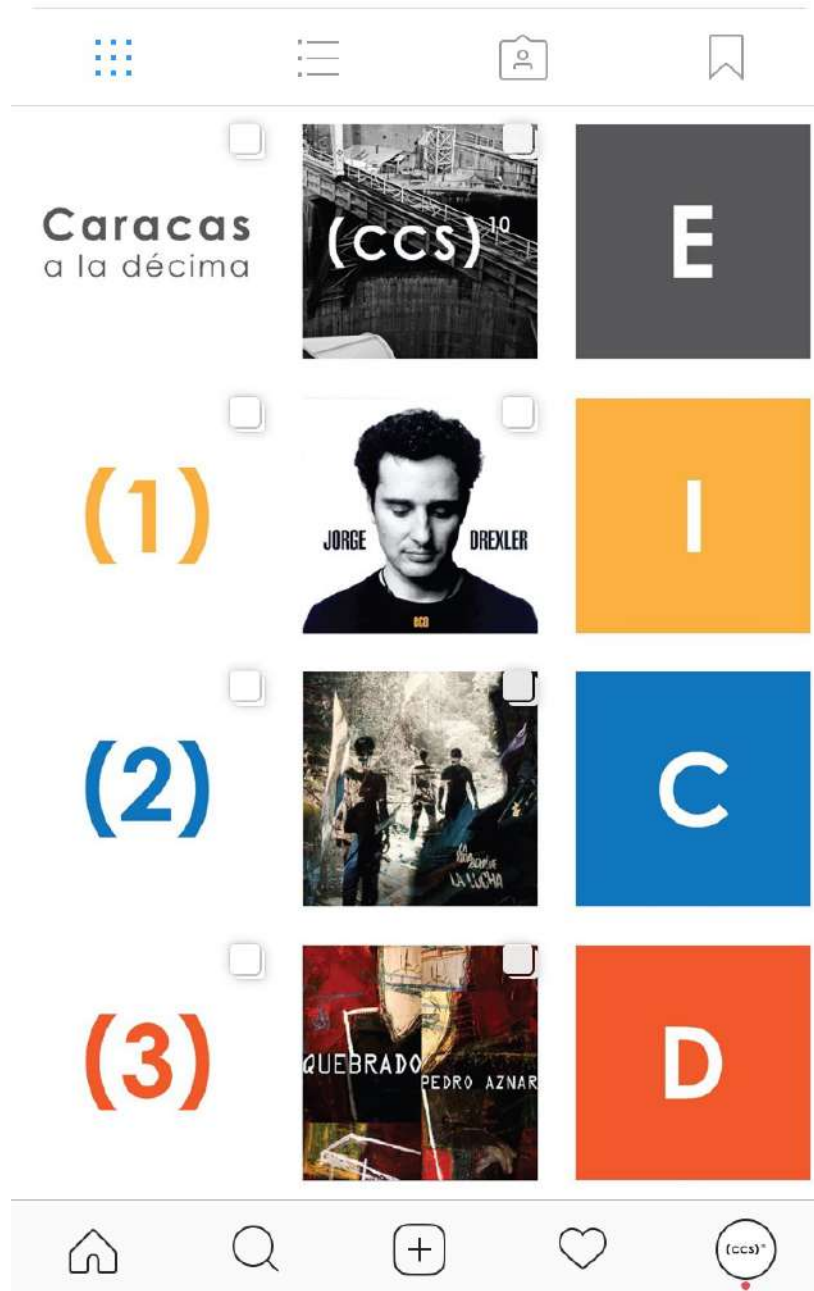
“Caracas a la decima” se traduce más que en una experiencia universitaria, en una experiencia de vida; tuvo un impacto social bastante amplio. La perseverancia, constancia y convicción de jóvenes profesionales, terminó siendo una representación cautivadora de personalidades apasionadas por un país en espera de una pronta reconstrucción. Gracias a este proyecto, aprendimos a establecer excelentes relaciones públicas con las personalidades participantes en el Evento, al igual que con cada uno de los patrocinios y aliados. Asimismo, logramos estrechar lazos con distintos medios de comunicación.

10. Recomendaciones

- Evaluar los tiempos de patrocinios, proveedores y locación. Debido a la crisis económica por la cual atraviesa Venezuela, todo tipo de negocio o preciso termina siendo muy voluble.
- Es de vital importancia conseguir asesoría de personal especializado en las áreas de producción.
- Asegurarse en divisas fuertes para poder mantener el valor del dinero frente a la crisis económica.

11. Anexos

Anexo A Cuenta de Instagram



Anexo Fotos del evento







