

RIF: J 30647247-9



**Universidad
Monteávila**

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**INFORME Y MANUAL DE PRODUCCIÓN
FOTODAY CCS**

Autores:
Ochoa, Jose Carlos
Gómez Almeida, Gabriela

Profesor coordinador:
Rodríguez, Kelly

Caracas, 11 de marzo de 2015

ÍNDICE

Pág.

Dedicatoria.....	i
Agradecimientos.....	iii
Resumen.....	v
CAPÍTULO 1	
1.1 Presentación del proyecto.....	9
1.1.1 Introducción.....	9
1.1.2 Tema.....	10
1.1.3 Justificación.....	10
1.1.4 Problemas y oportunidades.....	10
1.1.5 Modalidad.....	12
1.1.6 Antecedentes.....	12
1.2 Estrategia.....	14
1.3 Cronograma.....	15
CAPÍTULO 2 - PRE EVENTO	
2.1 Público meta.....	16
2.2 Día, fecha y lugar del evento.....	16
2.3 Comités de trabajo.....	16
2.4 Participantes.....	17
2.4.1 Modelo de carta de agradecimiento.....	18
2.4.2 Base de datos.....	19
2.4.3 Currículos.....	19
2.4.4 Explicación, justificación y objetivos.....	21
2.5 Patrocinios y proveedores.....	22
2.5.1 Modelo de carta de participación	23
2.5.2 Modelo de carta de agradecimiento	25
2.5.3 Base de datos.....	26
2.5.4 Tipos de patrocinio conseguidos.....	26
2.6 Logística y planificación.....	27

2.6.1 Refrigerios.....	27
2.6.2 Protocolo.....	27
2.6.3 Decoración.....	28
2.6.4 Equipos Audiovisuales.....	28
2.6.5 Certificados.....	29
2.6.7 Entradas.....	29
2.6.7.1 Modelo de carta informativa	30
2.6.7.2 Modelo de carta de confirmación.....	31
2.7 Programa del evento.....	33
2.8 Identidad gráfica.....	34
2.8.1 Nombre del evento.....	34
2.8.2 Isologo.....	34
2.8.2.1 Colores del logo	35
2.8.2.2 Manual del logo	36
2.8.3 Tipografía.....	36
2.8.4 Artes para redes sociales	36
2.8.4.1 Paleta de colores para los artes	36
2.8.4.2 Artes para Instagram.....	37
2.8.4.3 Artes para Facebook.....	37
2.8.4.4 Arte para difusión del evento.....	37
2.9 Presupuesto.....	38
2.10 Comunicación y promoción.....	40
2.10.1 Base de datos.....	40
2.10.2 Plan de medios.....	40
CAPITULO 3: EVENTO.....	47
CAPITULO 4: POST EVENTO.....	50
Conclusiones.....	56
Recomendaciones.....	58
Referencias.....	59
Anexos.....	61-104

Dedicatoria

Este proyecto se lo quiero dedicar en primer lugar a Dios por trazar mi camino y ponerme siempre, a pesar de mis terquedades, en el lugar preciso en el cual debo estar.

A mi madre Claudia y a mi padre Oswaldo por estar siempre a mi lado, ayudarme a cumplir mis metas. Por llenarme de amor, cada uno a su manera, e impulsarme cada día a querer demostrarles que la crianza y el apoyo que me han dado, valen realmente la pena.

A mis abuelos por ser parte importante de mi vida y a mis hermanos pequeños por motivarme a ser un buen ejemplo a seguir.

A una persona que me ha acompañado en mis mejores y peores momentos, por mantenerme el alma viva y ser mi mejor amiga a lo largo del camino, Carla.

Gabriela Gómez Almeida

Sin la ayuda de Dios desde el principio de esta carrera universitaria nada hubiese sido posible, él simplemente guió mis pasos hasta aquí desde siempre, aun cuando me encontraba trazando un rumbo distinto, me ubicó en el lugar y con las personas correctas, por eso la principal dedicatoria de este proyecto final de carrera va hacia él.

En segundo lugar quiero dedicar este proyecto a la mujer de mi vida, Leída Chacón sin sus atenciones, madrugonazos y regaños esta meta no estuviera trazada, mamá te amo. Además al hombre más responsable que conozco, Jose Ochoa. Sin sus esfuerzos y su rectitud el tren no habría llegado a su estación final. Papá eres grande.

En cuarto lugar a mis tíos Johnny Bolívar y Eme Ochoa que aunque no me acompañaron a lo largo la carrera por estar fuera del país, siempre estuvieron vigilando mis pasos y enderezándolos de ser necesario.

Por ultimo a mi sis, Jhon Ochoa, quién siempre estuvo presente y dispuesto a ayudar en cualquier eventualidad.

Jose Carlos Ochoa

Agradecimientos

Quiero agradecer especialmente a mis amigos Ana Virginia, Alexander, Gabriela, Emely y Elismar por apoyarme, no sólo en la realización de este proyecto, sino en la mayoría de mis ideas y planes por impulsivos que fueran.

En especial a Samantha y a Jose Carlos porque fueron mis compañeros incondicionales, los mejores que pude haber deseado. Aunque peleamos nos queremos, y sin ustedes en el camino, no hubiese sido lo mismo. Gracias por soportar mis momentos y seguir aquí. A Anali, porque aunque no éramos cercanas al principio, terminamos siendo muy unidas al final. Las risas y bromas internas que tenemos han hecho que mi último año de carrera sea de todo, menos gris.

Finalmente, a mis profesores y a la Universidad Monteávila por la formación académica y humana recibida a lo largo de estos 5 años.

Gabriela Gómez Almeida

La Universidad Monteávila fue el recinto que me permitió conocer al mejor grupo de amigos de todos, por ello gracias, sin ellos llegar a la recta final se contaría pero con una historia distinta que prefiero no conocer. Agradezco de corazón a Emely Plaza, Alexander Briceño, Gabriela López, Analí Añez, Elismar Plata, Mariana Castro, Stefany Cornejo, Jose Ignacio García y Joanny Orozco por darle sazón a estos 5 años de carrera además de ser el mejor staff que pude haber tenido.

Personalmente agradezco a Samantha Andrades, Gabriela Gómez y Ana Sánchez sin ellas los obstáculos en esta carrera hubiesen sido insuperables, gracias por su afecto, comprensión, cariño y sincera amistad. Estos años nos dejaron pequeñas historias acompañadas de risas que contaremos hasta el final de nuestras vidas.

En especial quiero agradecerle a mi profesor de diseño gráfico Víctor Pérez por ayudarme a descubrir mi verdadera pasión y forjarla desde el primer día de clases, sin sus consejos y sus tips jamás habría llegado a tener el estilo creativo que tengo en la actualidad. Gracias a él la identidad gráfica de este proyecto fue todo un éxito.

En general a cada uno de los profesores que brindo sus conocimientos para formarme como el profesional que soy hoy en día, y cada uno de los que puso su granito de arena para dar como resultado este PFC, a todos ustedes muchas gracias.

Jose Carlos Ochoa

Resumen

FotoDay fue una mañana totalmente dedicada a la fotografía, donde fotógrafos amateurs y apasionados pusieron a prueba sus habilidades y aprendían sobre otros.

El evento se desarrolló de 8:30 de la mañana a 2:00 de la tarde en las instalaciones de la Universidad Monteávila. Estuvo compuesto por retos fotográficos de interacción social y charlas dictadas por fotógrafos profesionales, los cuales fueron: Isaac Paniza, Bettina Arriaga, Rodrigo Ungaro, Ángel Linares, Anabella Padula y Luis Alejandro Márquez. Cada participante tenía derecho a recibir 4 charlas de un total de 6, donde 2 eran generales (una de apertura y una de cierre) y las otras 2 electivas, escogidas en función a los intereses personales de cada participante.

Cada charla exploraba un ángulo distinto de la fotografía, estas eran fotografía nocturna, fotografía comercial, fotografía de bebés y fotografía extrema. Cada reto pautado logró la interacción de los participantes con desconocidos, ya que estimulaban la búsqueda de otras personas.

Los retos consistieron en: Conseguir una persona con 5 cosas en común contigo, capturar una risa espontánea, poner a alguien de cabeza y retratar a la persona que te pareciera más guapa.

Las finalidades del evento son, en primer lugar, la realización de una exposición con las mejores fotografías logradas por los participantes en los retos, y generar entre ellos una conexión por redes sociales (Instagram), que les permitiera apoyarse en futuros proyectos y crecer como profesionales o amantes de la fotografía.

Palabras clave: **Fotografía, Instagram, *networking*, retos, charlas, evento, interacción.**

CAPÍTULO I

1.1 Presentación del proyecto

1.1.1 Introducción

En el año 2014, se llevó a cabo un Proyecto Final de Carrera en la Universidad Monteávila, llamado “FotoMaratón Caracas”, del cual uno de nosotros fue partícipe. Dicho evento trataba sobre tomar una serie de veinticuatro (24) fotografías en veinticuatro horas (24), utilizando una guía de palabras claves para cada una y recorriendo la ciudad para conseguirlas. Por otro lado, en el año 2015, ambos asistimos como invitados al “Digital Day”, una serie de conferencias sobre nuevas herramientas digitales dirigido a los empleados de Nestlé, Ve., en donde diversos ponentes hablaban de tendencias en redes sociales y cómo impulsar una marca a través de la red 2.0. Por último, una de nuestras ideas de inspiración principales fue el “Instameet Caracas”, un evento totalmente orientado a la comunidad de caraqueños que utilizan frecuentemente la red social Instagram para la publicación de fotografías con una perspectiva más artística y profesional. Percibimos este encuentro social como una manera de llevar las relaciones impersonales que se generan a través de las redes sociales, a un ámbito realista en el cual los usuarios, antes identificados solamente con un *username* (nombre de usuario en plataformas de interacción social como Instagram y Twitter), llegaran a conocerse como personas de carne y hueso.

Al momento de sentarnos a idear el proyecto que deseábamos emprender para clausurar nuestras carreras universitarias como comunicadores sociales, decidimos que queríamos generar atmosferas parecidas a las vividas en dichos eventos, esta vez para los demás.

Es así como nació la idea del FotoDay, tomando en cuenta experiencias pasadas como referencia para realizar, a raíz de estos, un proyecto totalmente innovador, no sólo en la Universidad Monteávila, sino a nivel en general.

1.1.2 Tema

Evento de tipo social y cultural, dedicado específicamente a la fotografía, en donde seis profesionales especializados en el área ofrecieron sus conocimientos mediante diversas charlas y narraron sus experiencias, sirviendo de inspiración y aprendizaje a un grupo de ochenta y ocho personas (88).

1.1.3 Justificación

La idea del proyecto nació del interés de nosotros como estudiantes por las materias audiovisuales, tales como: Introducción a la Imagen, Teoría y práctica de Televisión, entre otras. Además, nuestro deseo por reforzar y llevar a la práctica, mediante la producción del evento, los conocimientos adquiridos en las cátedras de Comunicación Social.

Buscamos a través del FotoDay promover la fotografía y los eventos culturales y artísticos en nuestra ciudad, colocando este manual como ejemplo de planificación para actividades que abarquen temáticas similares, tanto de manera teórica, como práctica en el área audiovisual.

1.1.4 Problemas y oportunidades

Como estudiantes de la Universidad Monteávila fuimos formados en distintas áreas de la carrera, desde el conocimiento de la persona y su entorno social, hasta el manejo de herramientas para llegar a ellas; cursamos diversas materias relacionadas al área audiovisual que sirvieron como un camino en el cual llegamos a conocer las debilidades y fortalezas individuales en cada área, pero percatamos que se debían reforzar nuestros intereses específicos externamente a través de cursos, talleres y seminarios.

Fue en este punto en el cual se vio la necesidad de cubrir esa inclinación hacia conocer más sobre áreas en específico, en este caso escogimos la fotografía; orientado hacia estudiantes principalmente, pero no excluyente hacia cualquier persona interesada en la materia, buscando incentivar el talento,

además de estimular la continuidad del aprendizaje y especialización de cada uno en dicha rama audiovisual.

En este sentido, se aplicó una encuesta a los alumnos de Comunicación Social de la Universidad Monteávila para medir su interés en ser partícipes de actividades creativas vinculadas con la fotografía y ampliar sus conocimientos, tomándolos como referencia a la población joven, interesada en lo audiovisual y en la ciudad de Caracas (VER ANEXO 1).

Esta medición fue respondida por ochenta y seis (86) estudiantes de la Universidad Monteávila, de primero a quinto año; en los resultados encontramos que son más las mujeres que los hombres que están interesados en un evento fotográfico (VER ANEXO 2), las edades oscilan entre los dieciocho (18) y los veintitrés (23) años, y 60% de los interesados estaban dispuestos a pagar entre mil (1.000) y mil quinientos (1.500) bolívares fuertes por adquirir una entrada de un evento fotográfico (VER ANEXO 3).

Los principales temas de interés fueron, en orden de votación: fotografía comercial o publicitaria, fotoarte, paisaje, fotoretrato, fotografía de eventos nocturnos, fotoperiodismo, fotografía de moda, fotografía de comida, fotografía de eventos de día como bautizos, bodas y por último fotografía de bebés o infantil (VER ANEXO 4).

En torno a los resultados, el evento estuvo comprendido por cuatro (4) charlas electivas y dos generales, que sirvieron de apertura y clausura. Las charlas opcionales fueron seleccionadas por los participantes el día del evento al registrar su llegada, donde había un personal asignado (protocolo) con cuatro (4) listas, las cuales tendían una capacidad de veinticinco (25) personas cada una, para un máximo de 100 inscritos. De igual forma para recordatorio de los participantes se les dio un itinerario que le hiciera recordar las charlas seleccionadas (VER ANEXO 5).

La duración de cada charla fue de aproximadamente treinta (30) minutos cada una, al igual que los retos fotográficos. Cada participante tuvo la oportunidad de participar en dos charlas opcionales.

A continuación se destacan los temas de las charlas y sus ponentes:

- Inicio: El poder de la observación – Isaac Paniza.
- Cierre: Fotografía 2.0 – Anabella Padula.
- Opcionales: trayectoria y experiencia – Ángel Linares, Bettina Parra, Rodrigo Ungaro y Luis Alejandro Márquez (Vombagram).

Al finalizar la primera charla electiva y después de la charla de cierre, se llevaron a la práctica los siguientes retos fotográficos de interacción:

- **Reto inicial: 2x1** – Hacer reír a alguien y buscar a una persona con 5 coincidencias. Por ejemplo: signo, talla de zapatos, color de cabello, mes de nacimiento.
- **Reto final: 2x1** – Capturar a la persona “más guapa” y otra de cabeza.

Las fotos serán, previamente seleccionadas por nosotros con ayuda de los exponentes de las charlas, expuestas en el pasillo central principal de la sede de la Universidad Monteávila después de realizado el evento.

1.1.5 Modalidad

Evento.

1.1.5 Antecedentes

El Proyecto Final de Carrera se fundamenta en algunas actividades que se concretaron con éxito anteriormente, o que aún están en vigencia y se realizan año tras año, descritas a continuación:

- **Digital Day (2015)**

El Digital Day es una sesión de conferencias seleccionadas que se realiza una vez al año, dictadas de 8:00am a 6:00pm durante las cuales se capacita a cierto público; como por ejemplo, empleados de una empresa, en temas importantes para la Industria de la Publicidad y el Mercadeo Digital en la región y el mundo. El Digital Day además de ser un espacio de aprendizaje, es también una oportunidad para que los diferentes actores de la industria se encuentren y estrechen sus vínculos comerciales y profesionales. En Venezuela la única compañía que realiza este tipo de eventos es Nestlé Venezuela, llevándose a cabo con mucho éxito y obteniendo un excelente *feedback* (retroalimentación) donde la interacción y el aprendizaje son los factores más importantes.

Este evento se enlaza perfectamente con nuestro PFC, ya que se buscó educar, reforzar y fomentar herramientas claves para el mayor desenvolvimiento en el área fotográfica; además, conectar a los participantes y que estos compartieran su pasión por este arte.

- **Informe y manual de producción del evento Fotomaratón Caracas (2014)**

Éste “es un evento que surge tras la atractiva fusión entre la modalidad de los clásicos maratonés y el arte de la fotografía. El desarrollo de esta actividad consiste en que los participantes asistan a un punto de encuentro en donde se les entregará un libretto con 24 palabras”. Este informe sirvió de fundamento para este manual debido a que cuenta con un informe que servirá de guía para el desarrollo del FotoDay; teniendo en cuenta que se efectuó en el recinto universitario y se rige bajo los mismos parámetros institucionales exigidos.

Por otra parte, está constituido por retos fotográficos, lo que se enlaza directamente con este proyecto, ya que tiene similitud en ciertos objetivos creativos.

- **Caracas Tech Meetup (2013- Presente)**

El Caracas Tech Meetup se define de la siguiente forma “Queremos conectar, inspirar, educar y colaborar con los miembros de la comunidad tecnológica de la ciudad. Creemos que entre todos podemos compartir los recursos que permitan la construcción de compañías de tecnologías exitosas y sustentables. Éste es un espacio para mostrar el trabajo de los desarrolladores y emprendedores, compartir conocimientos y conectar con la comunidad para encontrar socios, inspiración, inversionistas y dar a conocer el trabajo del emprendimiento y desarrollo en Caracas”.

Este evento comprende la conexión que se deseó al realizar el FotoDay, debido al poder de convocatoria que maneja, imagen y modalidad en la que se realiza. A diferencia de este evento, este proyecto se orienta a un producto final distinto por tener una temática, enfocada en categorías fotográficas, que permita el intercambio entre los participantes. La interacción del público es sumamente importante, además del cumplimiento de las pautas fotográficas asignadas.

1.2 Estrategia

- Se realizaron encuestas para encontrar los temas de interés y fotógrafos más influyentes en Caracas para las charlas.
- Se recolectaron los datos entregados en la encuesta enviada a los alumnos y en torno a eso se hizo una base de datos con los fotógrafos (ponentes).
- Se buscó y realizó una base de datos de posibles patrocinadores.
- Se creó el logo del evento / Identidad gráfica
- Se elaboró una presentación creativa en PDF para mostrar/enviar a los posibles ponentes y patrocinadores.
- Primer contacto telefónico con posibles ponentes.
- Se contactó y envió la propuesta del FotoDay a ponentes y patrocinadores.
- Se concretaron los temas de las charlas con los ponentes definitivos.
- Se realizaron acuerdos con los patrocinadores.
- Se crearon y empezaron a manejar las redes sociales del FotoDay.

- Se creó un correo electrónico oficial.
- Se realizó material digital para publicitar el evento (Afiches, volantes, imágenes para redes sociales).
- Se hizo publicidad del evento.
- Se empezaron a formalizar inscripciones.
- Día del “FotoDay”
- Revisión en Instagram de las fotografías hechas en los retos con el Hashtag #FotoDayCCS
- Selección de las mejores fotografías por categoría
- Anuncio de los ganadores vía redes sociales
- Exposición en la Universidad Monteávila

1.3 Cronograma

Las actividades realizadas para que se llevara a cabo el FotoDay fueron organizadas de manera cronológica en torno a la realización del evento, partiendo de la búsqueda de la idea hasta la realización de la exposición “FotoDay” en la Universidad Monteávila (VER ANEXO 6).

MANUAL DE PRODUCCIÓN

CAPÍTULO II: PRE EVENTO

2.1 Público meta

Aficionados a la fotografía, interesados en aprender más sobre el tema y poner en práctica sus habilidades.

2.2 Día, fecha y lugar del evento

FotoDay se llevó a cabo en las instalaciones de la Universidad Monteávila, específicamente en el auditorio principal y en las aulas más cercanas al mismo. Además, se utilizó la pérgola para los refrigerios y otras áreas comunes para la interacción y realización de retos entre los participantes. Para conseguir el permiso de esos espacios, tuvimos contacto directo con el personal autorizado de dichos permisos en la Universidad Monteávila.

Se decidió llevar a cabo el evento el día sábado 5 de marzo para poder tener mayor control de los participantes y suficientes áreas disponibles para la realización de las charlas y retos fotográficos. La hora de llegada de los participantes se estipuló a las 8:30 de la mañana y se extendió hasta las 2:00 de la tarde.

2.3 Comités de trabajo

- **Comité de Finanzas: Gabriela Gómez y Jose Carlos Ochoa:**
 - Administradores de finanzas otorgadas para la inscripción del evento.
 - Control de la distribución del capital para gastos invertidos en la producción.

- **Comité de participantes: Gabriela Gómez:**
 - Encargada del área operativa y enlace directo con los fotógrafos profesionales (ponentes).

- Responsable del proceso de inscripción de los participantes y de la distribución interna de la información.
- **Comité de Identidad y comunicación : José Carlos Ochoa:**
 - Manejo de redes sociales (Instagram y Facebook).
 - Propuestas gráficas.
- **Comité de Logística y Protocolo: Gabriela Gómez y José Carlos Ochoa:**
 - Distribución espacial y de tiempo del evento.
 - Control sobre los asistentes y las actividades realizadas.

2.4 Participantes

Los **fotógrafos ponentes** y el animador del FotoDay fueron contactados previamente por teléfono, seguidamente se les envió a sus respectivos correos una presentación personalizada del evento en PDF que incluía: concepto, objetivo, estructura, posibles temáticas a tratar y datos de ubicación, horario y fecha (VER ANEXO 7).

Para decidir los fotógrafos que serían parte del FotoDay, se realizaron unas encuestas previas a algunos estudiantes de la Universidad Monteávila, donde indicaron quiénes les parecían los fotógrafos más influyentes de la ciudad de Caracas y las temáticas que les gustaría aprender en la realización del evento.

2.4.1 Modelo de carta de agradecimiento a los participantes

Caracas, 25 de febrero de 2015

Sra. Anabella Padula

Caracas

Presente:

¡Muchas gracias!

En esta oportunidad queremos agradecer de forma escrita el interés de su persona en la realización de nuestro evento. Esperamos que sea un día de aprendizaje y experiencia para usted. Ahora que sabemos que contamos con usted nos gustaría que para este día realice una presentación que enfoque las mejores propuestas y campañas fotográficas que haya realizado hasta la fecha, pues queremos que través de su experiencia pueda inspirar a los asistentes al FotoDay.

Quedamos atentos a cualquier inquietud.



fodayccs@gmail.com

Gabriela Gómez Almeida Telf. 0426- 1193709

Jose Carlos Ochoa Telf. 0424- 2279694

2.4.2 Base de datos - Fotógrafos

Nombre	Número de contacto	Correo electrónico	Instagram
Anabella Padula	04142483766	Padula.anabella@gmail.com	@AnabellaPadula
Isaac Paniza	04122030064	Isaacpaniza@gmail.com Ipaniza77@gmail.com	@Ipaniza
Donaldo Barros	04145316993	Donaldobarros@gmail.com	@DonaldoBarros
Rodrigo Ungaro	0414 1017218	Rodrigo@rodrigoungaro.com	@RodrigoUngaro
Alejandro Lee	04142097986	Leeartur@gmail.com	@Alejandroleech
Luis Alejandro Márquez	04241618517	Info@vomba.co	@Vombagram
David Ruiz	04128180518	Davidruizphotos@gmail.com	@DavidRuizPhotos
Ángel Linares	04122388669	info@angelinaresfoto.com	@Angelinaresfoto
Bettina Arriaga	04242735773	betarriaga@gmail.com	@Betarriaga

2.4.3 Currículos de participantes

Isaac Paniza Cadenas. Fotógrafo de calle. Actualmente trabaja en el Grupo Editorial Exclusiva en donde ejerce como director de una de las revistas. Se destaca por realizar series fotográficas que escapan del ojo común. Tiene 27 años y desde muy temprana edad se interesó en el arte fotográfico, desde entonces ha querido retratar las problemáticas de las personas y el país, durante el día a día.

Ángel Linares. Fotógrafo de eventos y diseñador gráfico egresado del Instituto de Diseño de Caracas. 24 años. Se incursionó en el mercado de la fotografía en el 2010, actualmente trabaja de forma independiente. Ha realizado grandes

trabajos dentro y fuera del país con DJS conocidos. Se destaca por cubrir eventos nocturnos.

Luis Alejandro Márquez. Fotógrafo de moda. Mejor conocido como Vombagram. Actualmente trabaja de forma independiente. Ha trabajado con muchas marcas de emprendimiento venezolanas y otras de mayor posicionamiento, tales como: Melao, FruFru, entre otros. También ha trabajado con diversos modelos, actrices y personalidades del mundo artístico venezolano.

Rodrigo Ungaro. Fotógrafo de *landscape* (paisajes). 29 años. Realizó estudios fotográficos en Hawai. Actualmente trabaja de forma independiente. Uno de sus trabajos más influyentes fue ser el fotógrafo oficial del Mundial del Kitesurf 2015 celebrado en la Isla de Coche, Venezuela. Generalmente realiza fotos a modelos en bikini, ha fotografiado a modelos de las campañas Roxy, Quiksilver, Volcom, entre otras. Su última serie fotográfica lleva por nombre H₂Vision.

Bettina Arriaga. Fotógrafo profesional. 20 años. Actualmente estudia tercer año de Comunicación Social en la Universidad Monteávila. Realizó estudios fotográficos en la New York Film Academy. Actualmente trabaja de forma independiente. Se destaca por cubrir eventos infantiles, bautizos, comuniones y piñatas.

Anabella Padula. Comunicadora Social egresada de la Universidad Monteávila y fotógrafa profesional con estudios en Roberto Mata Fotografía. Co-fundadora de Bonshot. Ha realizado grandes campañas para EPK, Yanbal, Ciroc, El Cine Restaurant, Revista Estética y salud, entre otras. Actualmente es la fotógrafa oficial de EPK Venezuela y realiza trabajos de forma independiente.

2.4.4 Explicación, justificación y objetivo de cada participación en el evento

- Apertura del evento:

Encontramos a **Isaac Paniza** como la persona ideal para realizar la apertura del FotoDay, por su gran número de seguidores y alcance en las redes sociales. Además de tener una charla muy conocida llamada “El poder de la observación”, que ha impartido en diferentes universidades y trata sobre ver más allá de lo superficial y conocer realmente a las personas que se fotografían, rebuscarse, buscar el estilo propio de cada uno como fotógrafo. Pensamos que esa charla indispensable para dar inicio al FotoDay porque durante el evento los participantes necesitaban esa confianza para entrar en contacto con los demás y poder realizar los retos fotográficos de interacción.

- Cierre del evento:

Anabella Padula fue la encargada de cerrar el evento porque en su charla englobó términos como la creación de tu propia marca en las redes sociales, cómo posicionarte en un tema específico de la fotografía y cómo crear contenido viral, que fue uno de los objetivos principales del post-evento, ya que las personas debían subir sus fotografías a Instagram con el hashtag #FotoDayCCS, estimulando así el conocimiento de sus talentos conectándose través de dicha red social.

- Charlas electivas:

Se decidió que los fotógrafos **Ángel Linares, Luis Alejandro Márquez, Bettina Arriaga y Rodrigo Ungaro** fueran los encargados de dictar las charlas opcionales porque son especialistas en diferentes tipos de fotografía: nocturna, Fashion, infantil y *landscape* (paisajes) respectivamente. Así que las personas tenían el poder de decidir el tema que más les interesaba, además de encontrar y reforzar sus inclinaciones en las áreas a través de las experiencias y conocimientos de dichos profesionales de la fotografía.

- Animador:

Se había acordado con antelación que el animador del evento fuera Sebastián Frey, un egresado de la Universidad Monteávila, que trabaja actualmente en El Avispero, Televen; pero por motivos laborales y personales, no podía estar en Caracas para la fecha. Así que nos recomendó una serie de conocidos del medio para hacer la suplencia. En torno a este cambio de último momento, contactamos a varias personas, haciendo un primer acercamiento por teléfono y luego concretando una reunión para explicar la temática del evento y el nivel de empatía que podía generar la idea del FotoDay con la persona. Fue así como se terminó decidiendo, el 23 de febrero, que el actor **Angelo Stefanelli** fuese el animador del evento, por su experiencia en shows de improvisación como “El cumpleaños de Fulanito”, donde interactúa con el público y generan situaciones de manera improvisada. Lo encontramos ideal para el FotoDay por ser capaz de dar el ánimo que deseábamos para que los participantes se sintieran motivados a realizar los retos de fotografía que estaban planteados.

2.5 Patrocinios y proveedores

Se pensaron diferentes patrocinadores para el FotoDay que pudieran colaborar con la realización del evento, no sólo de manera monetaria sino con aquellos requerimientos que se vieron necesarios para que el mismo se llevara a cabo.

Conseguimos los correos de varias empresas a través de conocidos o solicitándolos por sus redes sociales, al tenerlos en la base de datos, se les mandó una carta de patrocinio, además de una presentación en PDF donde se explicaba claramente qué era el FotoDay, fecha, día, horario, ponentes, objetivo, estructura del evento, etc. (VER ANEXO 7).

2.5.1 Modelo de carta de participación para patrocinadores

Caracas, 15 de febrero de 2015

Señores

HOY QUÉ HAY

Caracas

Presente:

FotoDay es un evento fotográfico de interacción social entre apasionados por la materia, donde los conocimientos y las habilidades serán puestas a prueba. Esta idea parte de dos graduandos de la Universidad Monteávila quienes cumpliendo con su proyecto final de carrera han decidido llevar a cabo un evento de aprendizaje e interacción social, que consta de charlas dictadas por algunos de los fotógrafos más influyentes de Caracas, además de retos fotográficos que estimularan la creatividad de cada participante.

En **FotoDay** no sólo buscamos incrementar el conocimiento sino también el interés de las personas por esta área artística e impulsar la creatividad a través de los retos fotográficos a realizarse en los tiempos entre-charlas. Impulsamos a través de estas capturas instantáneas el talento que puede existir en cada uno de los participantes, además de generar *networking* entre ellos mismos y los fotógrafos ponentes, para obtener como resultado final una experiencia divertida y nutritiva.

Las mejores fotos de cada reto fotográfico serán expuestas posteriormente en el pasillo principal de la Universidad Monteávila, como mérito y agradecimiento por la participación en el **FotoDay**. Contamos con los fotógrafos: **Ángel Linares (@Angelinaresfoto)**, **Isaac Paniza (@Ipaniza)**, **Luis Alejandro Márquez (@Vombagram)**, **Anabella Padula (@AnabellaPadula)**, **Bettina Arriaga (@Betarriaga)** y **Rodrigo Ungaro (@RodrigoUngaro)**.

Datos del evento:

- ✓ Lugar: Universidad Monteávila. Auditorio principal, 4 aulas.
- ✓ Fecha: Sábado 5 de marzo de 2016
- ✓ Hora: 8:00 am- 1:00pm

Consideramos que para la realización cabal del evento se necesita un total de **150.000 Bs.F.** donde se incluye impresión de material POP (identificadores, pendones, posters, volantes, decoración impresa), sonido, montaje, decoración, publicidad del evento, equipo de protocolo, refrigerios, obsequio para los fotógrafos ponentes, alquiler del espacio y demás servicios (estacionamiento, seguridad), iluminación para la exposición de las fotografías, impresión de las fotografías y más elementos que logren llevar al evento a su máximo potencial.

Como cambio de su aporte, ofrecemos diversas opciones que podrían resultar beneficiosas para la compañía, garantizando la importancia de la marca para el día del evento:

- ✓ Pre evento:
 - Integración de la marca en el material digital a través de la campaña de redes, incluye Facebook e Instagram.
 - Presencia del logo en material impreso (pendones, afiches, identificadores)
- ✓ Evento:
 - Inclusión en el “backing” de prensa.
 - Presencia compartida de la marca el día del evento.
 - Logo añadido en los identificadores de los participantes, material de decoración.
 - Agradecimiento público a la marca por parte del animador.
- Post evento
 - Presencia en el certificado del evento.

Agradecemos de antemano por la atención e interés prestado. Estamos dispuestos a dialogar propuestas o sugerencias de cambios en algún aspecto del patrocinio, reiterando la confianza que nos transmite su empresa para el éxito del FotoDay.

Organizadores:

Gabriela Gómez Almeida Telf. 0426-1193709

Jose Carlos Ochoa Telf. 0424-2279694

Fotodayccs@gmail.com

2.5.2 Modelo de carta de agradecimiento para patrocinadores

Caracas, 25 de febrero de 2015

Señores

HOY QUÉ HAY

Caracas

Presente:

¡Muchas gracias!

En esta oportunidad queremos agradecerle el interés de su organización en la realización de nuestro evento. Cumpliremos con cada uno de los puntos acordados, ustedes son pieza fundamental en la base de este proyecto. Adicionalmente le estaremos dando reportes de las actividades en las que se exponga su marca.

Quedamos atento a cualquier inquietud que pueda presentarse.



fodayccs@gmail.com

Gabriela Gómez Almeida Telf. 0426- 1193709

Jose Carlos Ochoa Telf. 0424- 2279694

2.5.3 Base de datos – Patrocinadores

Empresa	Contacto	Número telefónico	Correo
EF Venezuela	Sheny Yllarramendi	04242325072	sheny.yllarramendi@ef.com
Danubio	Alejandra Kerese	04142116129	alejandrakerese@gmail.com
Hoy Qué Hay	Federico Dubuc	04242521574	fdubuc@hoyquehay.net
Lalys	Carlos Sánchez	04149211174	ccarlosanchezz@gmail.com
D-Shot	Luis Urbina	04141135533	Luisfurbina92@gmail.com
Frigorífico El Relámpago	Ángel Ochoa	02124717040	
Producciones Lvento	Erika Linares	04143947683	produccioneslvento@hotmail.com

2.5.4 Tipos de patrocinio conseguidos

- **EF Venezuela:** material POP (libretas, bolígrafos y porta credenciales)
- **Hoy Qué Hay:** publicidad digital (publicaciones en la página web, Instagram, Twitter y Facebook)
- **Danubio:** refrigerios (pastelitos de jamón y queso, mini pizzas, tortas)
- **Lalys:** refrigerios (tortillas de maíz pilado y dips de sabores variados)
- **D-Shot:** grabación y edición de material audiovisual del FotoDay (videos y fotografías)

- **Frigorífico El Relámpago:** camisas para el equipo de producción del evento, protocolo y organizadores.
- **Producciones Lvento:** decoración y montaje (columnas de globos para el pasillo de la Universidad, mantelería y cornetas para La Pérgola, luces de ambiente y fila de globos para el Auditorio).

2.6 Logística y planificación

2.6.1 Refrigerios

Los participantes tuvieron media hora para los refrigerios, compuestos por pastelitos de jamón o queso, mini pizzas, torta (Pastelería Danubio) y tortillas de maíz pilado con cremas de sabores variados para untar (Lalys). En el área de bebidas hubo agua y té.

2.6.2 Protocolo

Nombre	Número telefónico	Tarea
Carla Sánchez	0414-1713102	Registro
Joanny Orozco	0414-3781115	Registro
Samantha Andrades	0412-244-7409	Entrega de materiales
Elismar Plata	0412-9735884	Entrega de materiales
Analí Añez	0424-277-8687	Guía de salón
Ana Sánchez	0414-059-2542	Guía de salón
Emely Plaza	0414-913-9165	Guía de salón
Nelsy Campos	0424-204-4315	Guía de salón
Alexander Briceño	04142592131	Auditorio / Refrigerios
Gabriela López	04242806810	Auditorio
Erwin Becerra	04241362872	Auditorio
Hector Becerra	04123763895	Sonido

2.6.3 Decoración

- El pasillo principal de la Universidad Monteávila se decoró con 8 columnas de globos con los colores del FotoDay (azul, verde y blanco).
- Se colocaron 2 pendones, uno de bienvenida y otro con el Hashtag #FotoDayCCS.
- Se colgaron 50 metros de 100 banderines con los colores del evento en los pasillos, desde el comienzo hasta la llegada al Auditorio.
- Las aulas de las charlas fueron decoradas con artes que incluían frases y palabras alegóricas a la fotografía, indicadores de los nombres de algunos espacios y nombres de cada salón alusivos al día del evento (VER ANEXO 8).
- El auditorio se decoró con dos filas de globos en las escaleras al escenario y luces de ambientación.
- En la pérgola se colocó mantelería para las mesas de los refrigerios.
- Se fijó un backing de prensa para que los participantes pudieran hacerse fotografías con los demás tomadas por ellos mismos o por el fotógrafo oficial del evento (VER ANEXO 21).

2.6.4 Equipos audiovisuales

Se contactó al señor Ricardo Vásquez de la Universidad Monteávila para realizar la reserva de los equipos audiovisuales para el día del evento, entre ellos se requirió:

- 4 video beams para los salones, 1 para el auditorio
- 1 cornetas para aula
- Sonido para el auditorio (cornetas, micrófono)

2.6.5 Certificados

Estos documentos serán avalados por la coordinación de Proyectos Final de Carrera, y serán enviados de manera electrónica a los participantes del evento, para la fecha de la entrega de este informe no se ha cumplido con el tiempo estimado para su entrega, por ende no está anexo.

2.6.7 Entradas

El proceso de inscripción del FotoDay se realizó por correo electrónico, donde se les envió a los posibles participantes la información del evento y los pasos a seguir para formalizar el registro, planilla de inscripción y de pago (VER ANEXO 9).

Las inscripciones tuvieron un precio único de mil cuatrocientos (1.400) bolívares fuertes y debían ser depositados en las cuentas personales de los organizadores del evento.

Toda la información sobre cómo formalizar la inscripción en el FotoDay fue expresada a través de nuestras redes sociales en Facebook e Instagram, por radio, medios digitales (Hoy Qué Hay y Picta) y gira universitaria, donde se hablaba con los interesados en persona y se les proporcionaba información sobre el evento.

También, se colocó un Stand en la Universidad Monteávila los días 16 y 23 de febrero, donde las personas interesadas pudieron formalizar su inscripción en efectivo y llenando la planilla de inscripción en físico. El horario de ventas de entradas fue de 8 de la mañana a 1 de la tarde, y fue previamente anunciado a través del Instagram del FotoDay y del Centro de Estudiantes de la Universidad Monteávila, CEUMA.

2.6.7.1 Modelo de carta informativa para participantes

¡Hola María! Agradecemos tu interés por querer ser parte del primer **FotoDay** de la ciudad de Caracas. A continuación te decimos algunos pasos que debes seguir para formalizar tu inscripción:

¿Qué necesito para inscribirme?

- Una cámara fotográfica (profesional, semi-profesional o digital) o smartphone
- Cumplir con los requisitos: planillas de inscripción y de pago

¿Cómo ser parte del FotoDay?

- Enviando un correo a fodayccs@gmail.com recibirá de vuelta la **planilla de inscripción y de pago**
- El costo de la inscripción es de 1400 Bs.F.
- Forma de pago: depósito o transferencia
- Una vez recibidos los comprobantes de pago, se confirmará su inscripción y reiterarán las actividades del día (Estructura, charlas)

¿Qué incluye tu inscripción?

- Certificado de participación
- Material POP
- Refrigerio
- Diversión y aprendizaje :-)

**¡No dejes pasar el chance de pasar una mañana diferente!
Sólo tenemos 100 cupos para el FotoDay**

Datos del evento

Fecha: Sábado 5 de marzo

Hora de registro: 8:30 am a 1pm aproximadamente (se requiere puntualidad)

Lugar: Final Av. El Buen Pastor, Boleíta Norte. Universidad Monteávila.

Instagram @FodayCcs

Gabriela Gómez Almeida Telf. 0426- 1193709
Jose Carlos Ochoa Telf. 0424- 2279694



2.6.7.2 Modelo de carta de confirmación para participantes

¡Buenos días!

Si estás recibiendo este correo es porque eres oficialmente parte del **primer FotoDay de la ciudad de Caracas**, que se realizará este **sábado 5 de marzo** en la **Universidad Monteávila**.

¿Cómo llego a la Universidad Monteávila?

Dirección: Final Av. El Buen Pastor, Boleíta Norte. Universidad Monteávila.

- Si vienes en transporte público 🚌 ¡relájate! 😁 subir a la Universidad Monteávila es muy sencillo. Los autobuses se toman frente al concesionario de la Chevrolet, diagonal al Millenium Mall en la Av. Francisco de Miranda, entre los Dos Caminos y la principal de La Carlota. Son los que tienen el anuncio que dice "Boleíta" 🙌🙌 Queda justo en la salida del metro, contraria a la del Centro Comercial.
- Si vienes en carro 🚗 En la Av. Principal de Boleíta, Pasando el CC Boleíta, sigues subiendo como si se fuera a tomar la Cota Mil. En el semáforo cruzas a la derecha, al final de la calle. 🚩 Punto de referencia: ToyoÁvila.

¿Qué debo llevar?

Para que disfrutes del FotoDay debes llevar:

- Tu cédula de identidad o carnet que te identifique
- Tu cámara o Smartphone para que puedas realizar los retos que tenemos preparados
- Mucho ánimo, además de ganas de aprender, conocer gente nueva y pasarla bien

¿Cómo son los retos?

A pesar de que son sorpresa, podemos adelantar que son de interacción entre los participantes, además de creativos y divertidos.

Para compartir las fotos con la comunidad del #FotoDayCCS debes subir las fotos de los retos utilizando el hashtag. Se seleccionarán las mejores para una exposición previa en la Universidad Monteávila. (Luego se les dirá la fecha pautada)

¡Prepárate para lo mejor!

Recomendación:

Conoce previamente un poco sobre los fotógrafos a través de sus cuentas de Instagram, para que veas su trabajo y tipo de fotografía →

Ángel Linares

Bettina Arriaga

Anabella Padula

Vombagram

Rodrigo Ungaro

lpaniza

Les recordamos que la **hora de registro** es a las **8:30 am**, se requiere puntualidad para que puedan escoger sus charlas electivas con tiempo y puedan pasar a escuchar la apertura que dará **inicio a las 9:00 am**. Para esa hora ya deberían estar todos los participantes registrados e informados de su itinerario del día J

El FotoDay culminará aproximadamente a la 1:30 pm.

¡Los esperamos!

Gabriela Gómez Almeida Telf. 0426- 1193709
Jose Carlos Ochoa Telf. 0424- 2279694



2.7 Programa del evento

Horario	Actividad
9:00 – 10:00	REGISTRO DE PARTICIPANTES: CONFIRMACIÓN DE ASISTENCIA - ELECCIÓN DE CHARLAS OPCIONALES - ENTREGA DE MATERIAL POP
10:00 – 11:00	CHARLA DE APERTURA – ISAAC PANIZA
11:30 – 12:00	1ERA RONDA DE CHARLAS ELECTIVAS: ÁNGEL LINARES - BETTINA ARRIAGA - LUIS ALEJANDRO MÁRQUEZ - RODRIGO UNGARO
12:00 – 12:30	RETO 2 X 1: HAZ REÍR A ALGUIEN Y CAPTURA EL MOMENTO - RETRATA A ALGUIEN QUE TENGA 5 COSAS EN COMÚN CONTIGO - REFRIGERIOS
12:30 – 1:00	2DA RONDA DE CHARLAS ELECTIVAS: ÁNGEL LINARES - LUIS ALEJANDRO MÁRQUEZ - RODRIGO UNGARO
1:00 – 1:30	CHARLA DE CIERRE - ANABELLA PADULA
1:30 – 2:00	RETO FINAL: CAPTURA A UNA PERSONA GUAPA - FOTOGRAFÍA A ALGUIEN DE CABEZA - DESPEDIDA

2.8 Identidad gráfica

2.8.1 Nombre del evento

La selección del nombre del evento fue inspirada gracias a la asistencia de los autores a un taller de charlas que se llamaba “Digital Day” llevado a cabo en las instalaciones de la Corporación Nestlé, donde se dedicaba un día a exponer las nuevas herramientas digitales para la medición de redes sociales, uso adecuado de cada una de ellas y código de contenido. Estas charlas eran expuestas por gurús de las redes sociales en la actualidad. Para la selección del nombre final “FotoDay” adecuamos nuestra idea base y el estilo de este evento, obteniendo como resultado un nombre que definiera en simples caracteres el significado de nuestra actividad.

Se decidió usar la palabra *day* en español “día”, ya que era más llamativa y atraía directamente al target solicitado, además de generar un impacto juvenil y actual. No obstante, es importante resaltar que se tomó esta decisión, ya que las redes sociales están cada día más globalizadas, los contenidos para redes en su mayoría están siendo creados en inglés y en español para obtener un mayor alcance. Nuestra principal red de difusión *Instagram* fija palabras en inglés como *hashtag* (etiqueta), *caption* (descripción de la imagen), independientemente el idioma en el que se descargue.

2.8.2 Isologo

Crear la identidad gráfica de FotoDay no fue sencillo, queríamos que transmitiera la emoción de un día fotográfico sin caer en los típicos talleres de charlas cotidianas. Nuestro objetivo era promover el interés de la comunidad fotográfica de Caracas a través de cada arte que creáramos. Para ello, nos dispusimos en primer lugar a crear un logo que transmitiera sencillez, fresca, comodidad y que garantizará la confianza de los interesados.

Esto nos llevó a pasar por un proceso creativo que luego varios bocetos y cambios en tipografías, iconografías y colores (VER ANEXO 10) nos permitió

elegir el logo perfecto para darle vida a esta ocasión. Se realizó basándose en el nombre y concepto del evento. Acá el resultado:



Nuestro logo final contempla los siguientes elementos:

1. Legible: hasta el tamaño más pequeño
2. Escalable: a cualquier tamaño requerido y vectorizado desde el primer momento.
3. Reproducible: sin restricciones materiales.
4. Distinguible: tanto en positivo como en negativo.
5. Memorable: que impacte y no se olvide.

2.8.2.1 Colores del logo

Los colores que utilizamos para el logo transmiten frescura, frialdad, seguridad, compromiso, amabilidad, simpatía y confianza. El azul es un color frío y pasivo asociado también a la fidelidad por eso lo manipulamos en cuatro (4) de sus tonos. Asimismo, usamos gris plomo y gris claro para dejar claro la seriedad que a su vez queríamos transmitir.



2.8.2.2 Manual del logo

Creamos un manual de logo en el cual se expone el uso correcto del mismo a lo largo del evento y el uso por particulares. Aquí se explica brevemente cada una de las características del mismo (VER ANEXO 12).

2.8.3 Tipografía

Para la selección de la tipografía quisimos seleccionar una simple y sin sheriff, por ello nuestra fuente principal fue *Century Gothic*, entendible de la A hasta la Z. (VER ANEXO 13)

- **Color de la tipografía**

El color de la tipografía es Pantone Black 7 C, C: 80%, M: 78%, Y: 68% y K: 39%

2.8.4 Artes para redes sociales

Cada arte que se realizó se hizo de forma creativa, buscando generar la atención indicada por parte de la comunidad de fotógrafos y en la mayoría de las oportunidades fue efectiva.

2.8.4.1 Paleta de colores de los artes

FotoDay compuso su identidad gráfica gracias a una paleta de colores fríos que destacó los tonos de un día común en la ciudad capitalina. Se seleccionó una paleta de colores fríos que variaban del verde aguamarina hasta el azul más oscuro. Estudios han demostrado que las imágenes con mayor número de me gustas en las redes sociales son las azules por ello también la selección de los tonos de esta paleta (VER ANEXO 15).

2.8.4.2 Artes para Instagram

Se crearon un total de setenta (70) artes que tuvieron como resultado final mil trescientos (1.300) seguidores en Instagram aproximadamente. Con un promedio de cuarenta (40) me gustas por imagen. Es importante resaltar que los artes eran consecutivos y se enlazaban unos con otros al ver el perfil principal de la cuenta @fotodayccs (VER ANEXO 14).

2.8.4.3 Artes para Facebook

La creación de este *fan page* (página de seguidores) principalmente buscaba exponer las vivencias finales del día del evento (fotos *teaser*, etc.); por ello, aunque el contenido publicado fue mucho menor al de la red social Instagram, siempre estuvo presente. De igual forma cada arte creado para esta cuenta mantenía la misma paleta colores y en muchas oportunidades copiaba las imágenes creadas para Instagram. Sin embargo, se creó contenido especial para esta red. Por ejemplo, su portada de inicio (VER ANEXO 16).

2.8.4.4 Arte para difusión del evento

Se buscó realizar un arte que saliera del típico volante cuadrado o rectangular, por ello se ideó proporcionar la información a través de un volante en forma de cámara, en el cual se expresara los datos más importantes del evento, que fuera didáctico, colorido y minimalista (VER ANEXO 17). Además de un poster que contenía todos los datos del evento, impreso en Glasse 300, colgado en todas las universidades que tuvieran carreras afines a la fotografía (VER ANEXO 20).

2.9 Presupuesto

PRESUPUESTO I FOTODAY (Todos los montos están expresados en Bs.F.)

Material POP	Cantidad	Precio por unidad	Total
Globos	600	28,00	16.800,00
Backing de prensa (Banner)	1	28.700,00	28.700,00
Cartel de bienvenida y cartel para el hashtag (impresión en bond)	2	3.300,00	6.600,00
Poster de promoción	10	626,00	6.260,00
Carteles para salones (impresión en tabloide papel glasse 300)	10	430,00	4.300,00
Identificadores para participantes y protocolo (impresión en tabloide papel glasse 300)	17	430,00	7.310,00
Calcomanías con el logo del evento (vinil transparente)	1 M ²	12.600,00	12.600,00
Nylon	1	350,00	350
Volantes (hojas blancas)	100	20	2.000,00
Total			84.920,00

Alquiler de Locación	Horas	Precio por hora	Total
Auditorio principal Universidad Monteávila	5	1.500,00	7.500,00
Salones Universidad Monteávila	5	1.000,00	5.000,00
Total			12.500,00

Alimentos y Bebidas	Cantidad	Precio por unidad	Total
Agua	3 botellones de 20 litros	4000,00	12.000,00
Agua por unidad	10	80,00	800,00
Hielo	4 Bolsas	500,00	2.000,00
Nestea	1	2.700,00	2.700,00
Total			17500

Totales	Montos de c/u
Material POP	84.920,00
Alquiler de la Locación	12.500,00
Alimentos y bebidas	17.500,00
Total estimado	114.920,00

2.10 Comunicación y promoción

2.10.1 Base de datos medios

Medio	Contacto	Correo / Número telefónico
Hoy Qué Hay	Federico Dubuc	Fdubuc@hoyquehay.ney
La Mega	Ariana González	Ariana.gonzalezlopez@gmail.com
Picta	Fabiola Chirino	Fabychirinos@gmail.com
Centro de estudiantes UCV Arquitectura	Freddy Jiménez	04164220074
Centro de estudiantes UCV Com. Social	Stephani Sahuquillo	04122084712
CEUMA	Gabriela González	04143025303
Prensa UCAB	Equipo de Prensa	Prensaturcab@gmail.com
Guayoyo en Letras	Alexander Briceño	04142592131
Centro de estudiantes Universidad Católica Santa Rosa	Joel Huerta	04142937971

2.10.2 Plan de medios

Se siguieron los siguientes pasos para llevar a cabo el plan de medios correcto para la difusión del FotoDay:

1) Objetivos

- Marcar la diferencia en cuanto a identidad gráfica.
- Llamar la atención del público deseado.
- Promocionar el evento.
- Conseguir interesados.
- Informar sobre el proceso de Inscripción.
- Publicar adelantos del evento (Retos, ponentes, beneficios de inscripción).
- Reiterar coordenadas y horario del evento.
- Informar sobre ventas en Stand (Universidad Monteávila).

2) Audiencia

- Estudiantes universitarios.
- Persona con interés en la fotografía.
- Fotógrafos profesionales o en formación.
- Profesionales o estudiantes de arte audiovisual.
- Edad: 18 años en adelante.
- Ciudad: Caracas.

3) Estrategia

- Se deseaba que las personas a través de las redes sociales conocieran y se interesaran en el FotoDay y que se popularizara de manera viral; por lo cual, se quiso aplicar una estrategia de corto plazo. Con un mes de antelación al evento, pautando el inicio de la publicidad del evento el día 1 de febrero de 2016.
- Nuestras redes fueron diseñadas para atraer al público por tres razones: la idea, el concepto visual y como un evento socio-cultural de la ciudad.

- Los mensajes a transmitir deben ser cortos y precisos:
 - Se divide la información por partes para mantener al público atento a las publicaciones.
 - Por ser redes sociales, no se desea aburrir al público con textos largos o instrucciones difíciles de seguir.

- El manejo de nuestra imagen se basó en la realización de las siguientes acciones:
 1. Creación de red social Instagram como principal.
 2. Crear Fan page de Facebook.
 3. Enviar notas de prensa a medios digitales.
 4. Entrevista de radio
 5. Gira universitaria

- Se realizó un concurso en Instagram donde las personas interesadas en ganarse una entrada gratis para el evento debían seguir las siguientes instrucciones:
 1. Darle *like* (me gusta) a la fotografía.
 2. Seguir las cuentas del FotoDay en Instagram y Facebook.
 3. Etiquetar a 5 amigos.

La finalidad de este concurso fue tener mayor alcance e interés por parte de la audiencia deseada (VER ANEXO 22).

4) Canales y medios

CANAL	MEDIO	JUSTIFICACIÓN
ONLINE	Instagram	<p>Debido al público que se quiso atraer, se optó por utilizar una red social que estuviera vinculada directamente en la fotografía, por ello se convirtió en la principal fuente de difusión e información del evento.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Página oficial: @fotodayccs Horario de publicación: 6:00 pm a 8:00 pm Número de post diarios: de 3 a 6 <p>A su vez tuvimos varias cuentas de réplica tanto personales como informativas, tales como: @sebastian.frey, @lpaniza, @Photographersvzla, @sencilloes, @HoyQueHay, @CEUMA, @AlianzaUcsarista, @AngeloStefanelli, @Betarriaga, @Angelinaresfoto y @Vombagram.</p>
	Facebook	<p>Según iRedes, Facebook es la red social con mayor número de usuarios con 1.591 millones de registros en todo el mundo. Es por ello que lo utilizamos como segunda red social, para dirigir a las personas al Instagram del FotoDay y difundir la información.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Página oficial: FotoDay CCS Horario de publicación: 6:00 pm a 8:00 pm Número de post diarios: 1 • Fan Pages o grupos de personas interesadas en el área audiovisual. • Publicación de Hoy Qué Hay en su página de Facebook. • Páginas de centro de estudiantes de Arquitectura y Comunicación – UCV.
	Twitter	<p>Aunque no tuvimos cuenta oficial en Twitter, hubo presencia del evento:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Publicaciones diarias de Hoy Qué Hay sobre el FotoDay.

	Web	<ul style="list-style-type: none"> • Otras cuentas de eventos que tomaban la página de Hoy Qué Hay como fuente de información. • Hoy Qué Hay: Agenda cultural de eventos en Caracas (medio oficial del evento). • Picta: Página web de fotografía. • Guayoyo en letras: cobertura de eventos de Caracas y más.
OFFLINE	<p>Radio</p> <p>Afiches</p> <p>Gira Universitaria</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La Mega 107.3 – Carlos Mauricio y Jairam. • 8 afiches en la Universidad Monteávila. • 1 en la Universidad Santa María. • 1 en la Universidad Central de Venezuela. <p>Fuimos a varios institutos y universidades para repartir volantes y proporcionar información a los interesados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Universidad Central de Venezuela. • Universidad José María Vargas. • Universidad Católica Santa Rosa. • Instituto de Diseño de Caracas. • Instituto universitario Monseñor de Talaveras. • Universidad Santa María.

5) Cronograma de plan de medios

- **Online**

	Febrero				Marzo
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1
Instagram					
Twitter					
Facebook					
Web					

- **Offline**

	Febrero				Marzo
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1
Radio					
Afiches					
Gira universitaria					

5) Presupuesto:

- **Online:**

Para este plan de medios no fue necesario idear un presupuesto, debido a que la publicidad On-line brindada para el evento fue por patrocinio (Hoy Qué Hay) o de difusión gratuita.

- **Offline:**

Material	Precio por unidad	Total
10 Afiches	626,00 Bs.	6.626,00 Bs.
100 Volantes	20, 00 Bs.	2.000,00 Bs.
		8.626, 00 Bs.

6) Análisis

Durante todas las etapas del evento, se notó que algunos medios funcionaban mejor que otros para llegar a la audiencia deseada. En primer lugar, la cuenta oficial del FotoDay en Instagram (@Fodayccs) fue el canal con mayor receptividad, obteniendo más de mil (1000) seguidores y de dos (2) a tres (3) comentarios diarios, dependiendo del grado de importancia de la publicación realizada.

Otros canales como Facebook y Twitter, que dirigían en su mayoría a las páginas web de **Hoy Qué Hay** y **Picta**, sirvieron como apoyo a aquellas personas que deseaban saber de manera detallada más información sobre el evento, sin embargo, como requería entrar a un link (enlace) externo y ser redirigido a dichos portales, el impacto no fue tan notorio.

La gira universitaria dio buenos resultados, ya que gracias al volanteo y la repartición de información; los interesados nos hicieron preguntas directamente y, al igual que los afiches, generaron la acción de dirigirse al Instagram para conocer más sobre el evento y proceso de inscripción.

El canal de menos impacto fue la radio, ya que sólo tuvimos un espacio de 10 minutos para transmitir la información, una sola vez durante el tiempo estipulado de publicidad para el evento.

CAPITULO III: EVENTO

- **Preparación**

El día del evento, el equipo de producción (protocolo, organizadores, decoradores) llegamos a la Universidad Monteávila a las 6:30 de la mañana para empezar con los preparativos del día. Se les entregó las camisas al personal de protocolo y se reiteró a cada persona su función a cumplir y la estructura del evento con los horarios.

Cambiamos la organización de los pupitres en los salones para que las personas no se sintieran en una clase más, sino percibieran un ambiente diferente.

El personal de protocolo y organizadores estaban uniformados, todos vestían la misma franela obsequiada por uno de los patrocinadores (VER ANEXO 18).

- **Identificaciones**

Cada una de las personas asistentes al FotoDay tenía un carnet que indicaba su usuario de Instagram y tenía un color en específico que indicaba la ocupación que realizaba (VER ANEXO 19).

- **Registro y ubicación**

Los participantes llegaron a la Universidad Monteávila de 8:30 a 9:00 de la mañana, y se dio inicio al proceso de registro a las 9:00 en punto. Durante el proceso, se verificaba el nombre de la persona en el registro, luego procedían a escoger sus dos charlas electivas, se les entregaba el material (libreta, bolígrafo y carnet identificador) y se ubicaban en los asientos del auditorio.

Los ponentes también llegaron a la misma hora que los participantes y fueron ubicados en la primera fila de asientos del auditorio.

- **Hora de inicio**

Al estar todos los participantes y ponentes registrados y en sus puestos, Isaac Paniza inició su charla “El poder de la observación” para dar inicio a lo que fue el FotoDay. Esta ponencia tuvo una duración de una hora, y estuvo seguida por preguntas y respuestas de los participantes en torno a la charla.

- **Charlas electivas**

Las dos rondas de charlas electivas tuvieron inicio a las 11:00 de la mañana y 12:30 de la tarde, y tuvieron media hora de duración cada una. Durante ese período de tiempo, los fotógrafos ponentes hablaron sobre sus experiencias y trayectoria, además de responder las preguntas de las personas sobre técnicas e inicio en la fotografía.

- **Retos**

Los retos de fotografía tuvieron lugar a las 11:30 de la mañana y otro a las 2:00 de la tarde como parte del cierre del evento.

- **Refrigerio**

La hora destinada para el refrigerio fue a las 11:30 de la mañana mientras los participantes realizaron sus retos de interacción en diferentes áreas de la Universidad Monteávila. La mesa con aperitivos se ubicó en La Pérgola, que se encuentra en la parte de atrás del Auditorio principal.

- **Charla de cierre**

La charla de cierre, a cargo de la fotógrafa y profesora Anabella Padula, tuvo lugar de 1:00 a 1:30 de la tarde, y en ella se habló sobre las tendencias de la fotografía 2.0. Al igual que el resto de las charlas, tuvo una ronda de preguntas y respuestas al final.

- **Cierre del FotoDay**

Para cerrar el FotoDay, se dieron las instrucciones para realizar el reto final, y cuando los participantes terminaban de tomar sus fotografías, volvían al Auditorio y se les entregó una encuesta sobre satisfacción. Mientras, los organizadores dieron unas palabras de agradecimiento a los participantes por ser parte del evento y reiteraron la logística para la publicación de las fotos en Instagram, además de la fecha estimada y método de entrega de los certificados electrónicos de participación.

- **Asistencia**

Para el Fotoday estaban inscritas 88 personas, sin embargo asistieron 85. Todos los fotógrafos ponentes acudieron con puntualidad y permanecieron en el evento el tiempo requerido.

CAPITULO IV: POST EVENTO

En el FotoDay se inscribieron un total de ochenta y ocho (88) personas, aunque para el día del evento se ausentaron tres (3) personas. Después del cierre del evento, mientras las personas retornaban al Auditorio luego del reto final, se les hizo entrega de una pequeña encuesta de valoración (VER ANEXO 24). Los resultados fueron los siguientes:

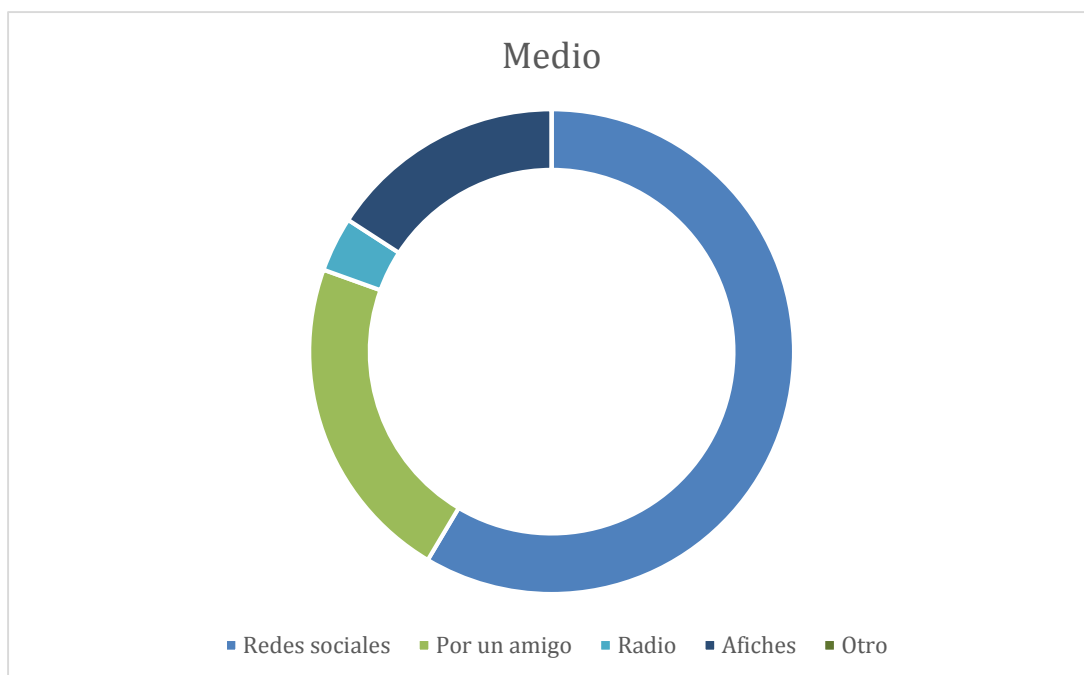


Fig. 1: ¿Cómo te enteraste del FOTODAY?

Se les preguntó a los participantes la vía por la cual se habían enterado del evento. Los resultados arrojados dieron a entender que la mayor fuente de difusión fueron las redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram), seguido por obtener la información por parte de un amigo, los afiches ubicados en las carteleras de la Universidad y por último la radio.

Seguidamente, se les pidió a las personas que evaluaran de excelente a deficiente algunos aspectos del evento en general.

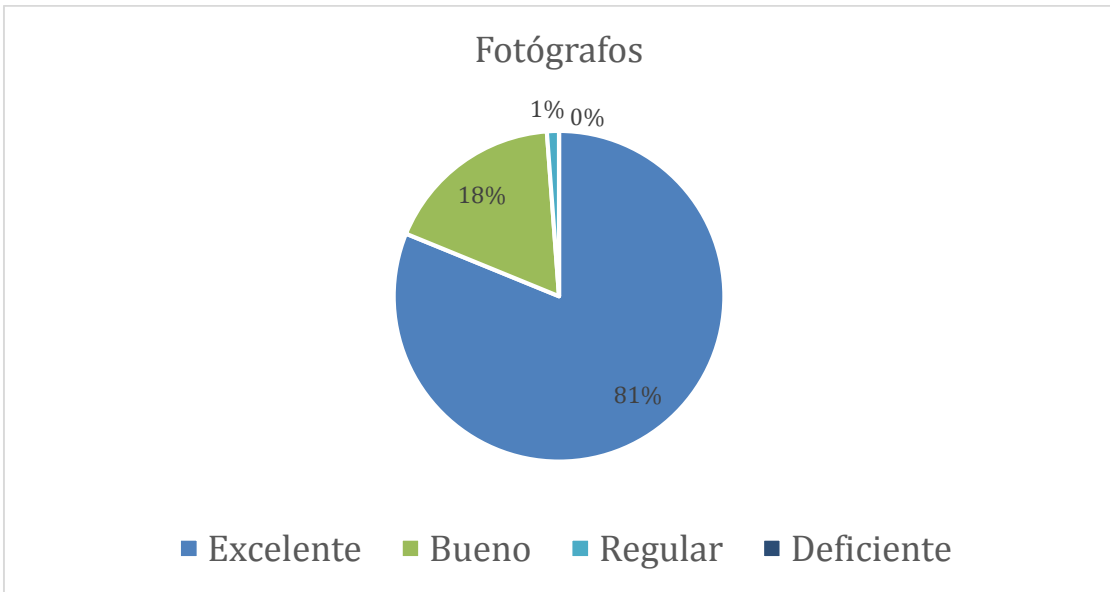


Fig. 2: Fotógrafos

86% de Los asistentes consideraron que la selección de fotografías fue excelente, mientras que un 18% manifestó que fue buena.

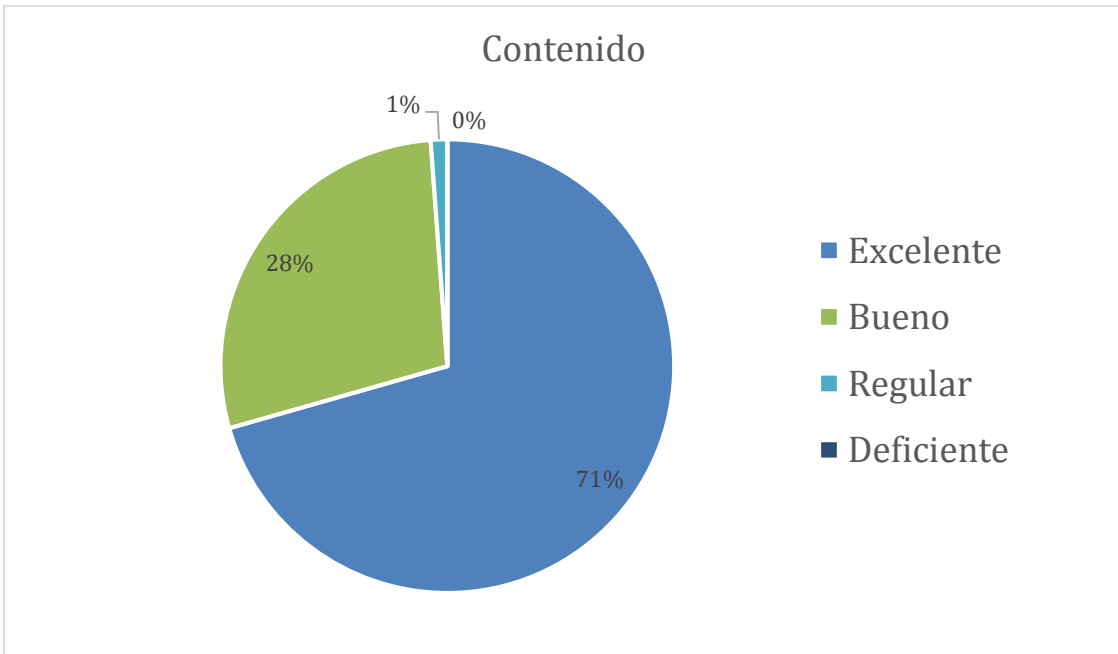


Fig. 3: Contenido de las charlas

71% de los participantes (porcentaje mayoritario) encontró el contenido de las charlas, tanto generales como electivas, excelentes.

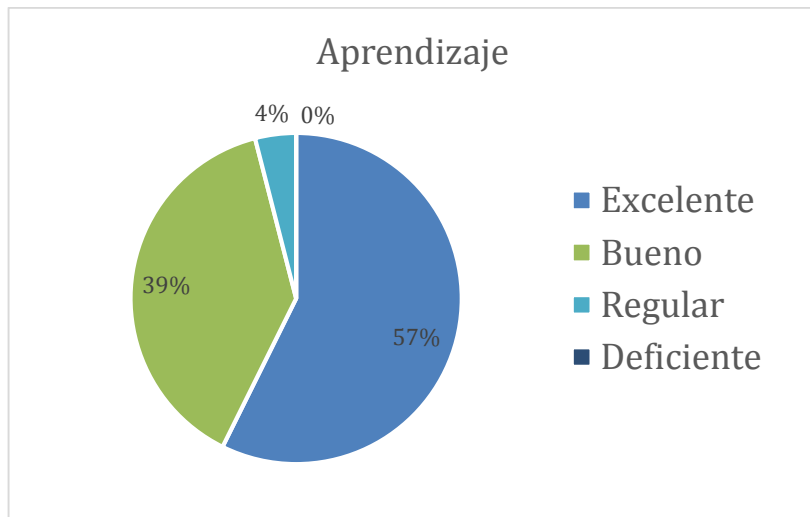


Fig. 3: Aprendizaje

Por su parte, 57% de los asistentes consideraron que el aprendizaje dispuesto el día del evento fue excelente.

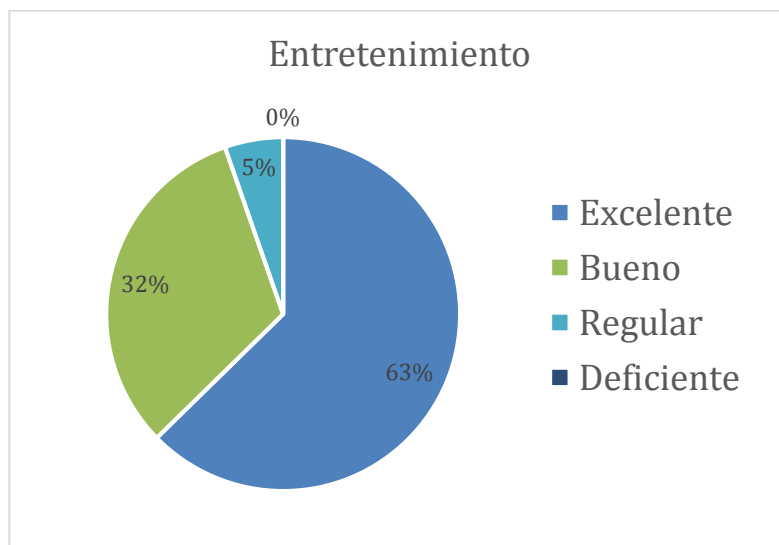


Fig. 4: Entretenimiento

Asimismo en este apartado se observa que 63% de los participantes catalogaron al evento como entretenido, significando ello un logro para la organización.

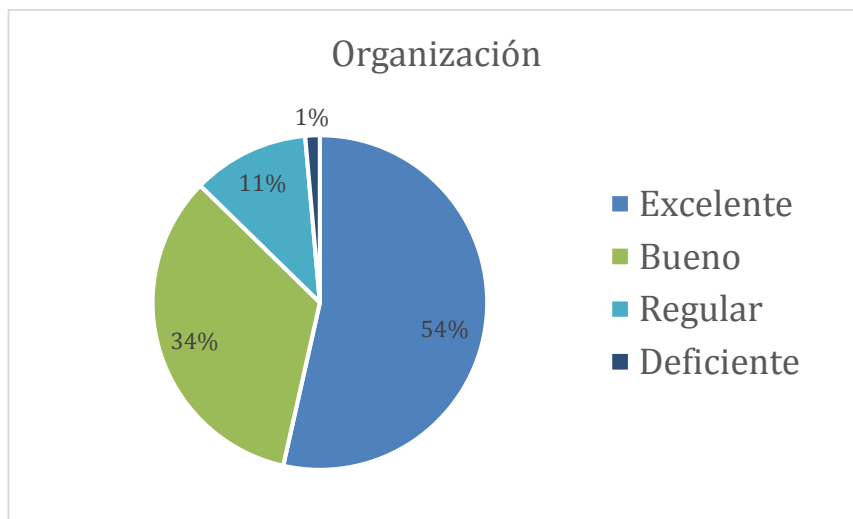


Fig. 5: Organización

Seguidamente en este inciso se puede ver que 54% de los asistentes considero que la Organización estuvo excelente, sin embargo otro 34% la cataloga como buena.

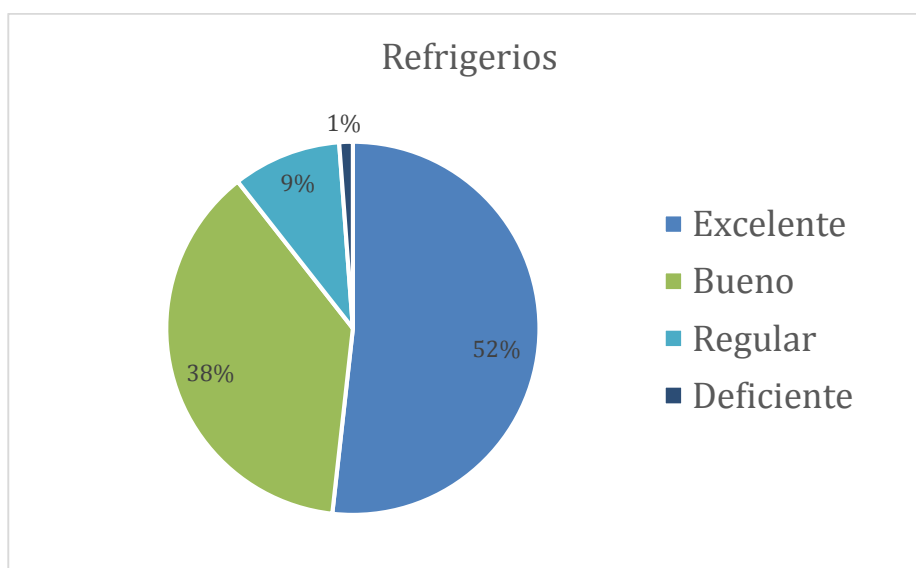


Fig.6: Refrigerios

Ahora por motivo de los refrigerios obtuvimos como resultado que para 52% de los participantes fueron excelentes, mientras que para otro 38% fueron buenos.

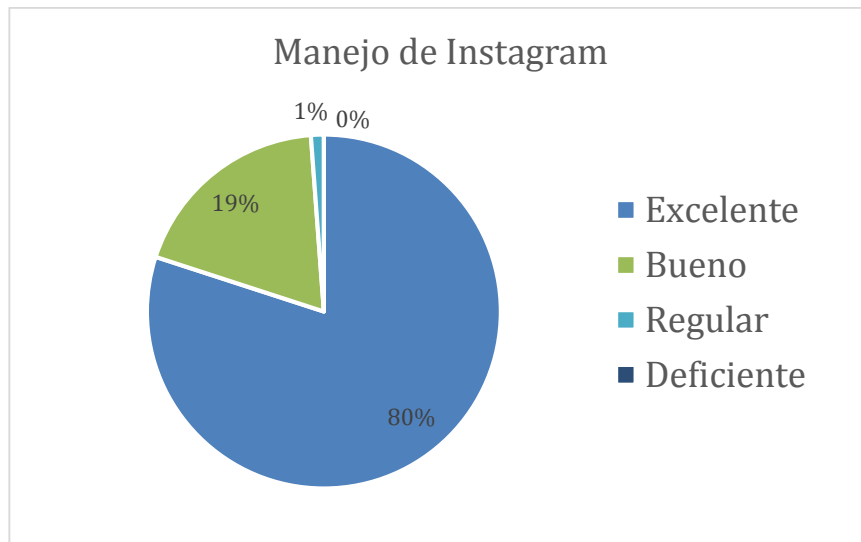


Fig. 8: Manejo de Instagram

Es importante resaltar que en cuanto a nuestra principal fuente de difusión se obtuvo que su alcance fue positivo, ya que 80% de los usuarios de esta red la califico como excelente.

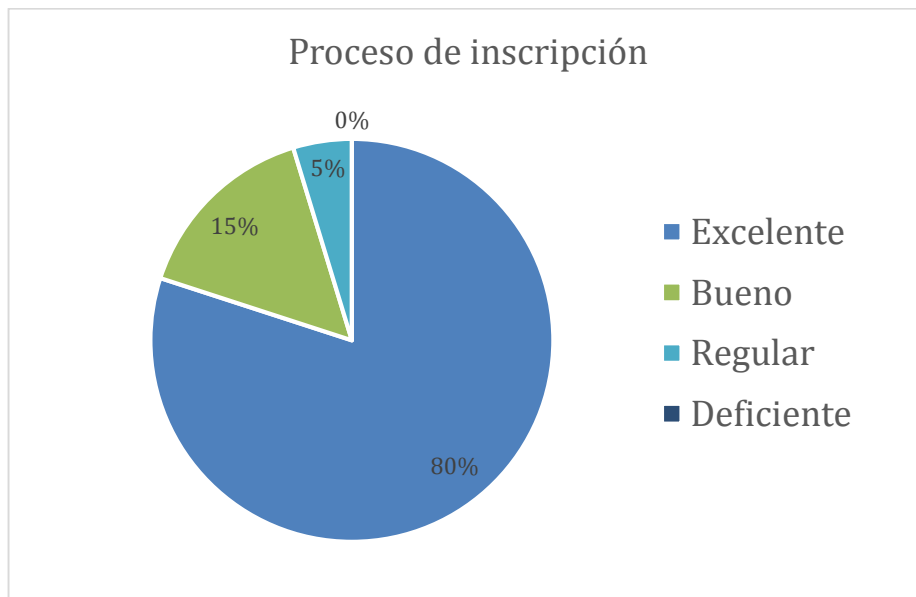


Fig. 9: Proceso de inscripción

80% de los asistentes estimó que el proceso de inscripción fue excelente, enunciado que nos llena de satisfacción por el gran trabajo realizado.



Fig. 10. ¿Te gustaría que se realizaran más eventos de tipo cultural en Caracas?

Es gratificante saber que 100% de los encuestados se sienten motivados por este tipo de eventos y más aún que le gustaría que siguieran repitiéndose. Sentimos que logramos satisfacer este interés de parte de la población caraqueña.

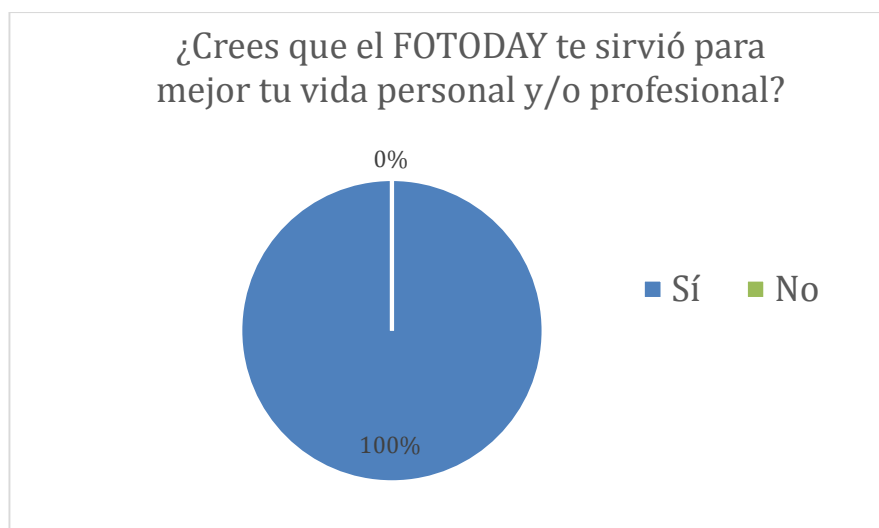


Fig. 11. ¿Crees que el FOTODAY te sirvió para mejor tu vida personal y/o profesional?

Finalmente obtuvimos que el FotoDay le sirvió a 100% de los asistentes para mejorar su vida personal y profesional. Dato que nos enorgullece.

Los días posteriores al evento se eligieron las tres (3) mejores fotografías por cada reto (VER ANEXO 23), las mismas fueron publicadas por los participantes en Instagram en un periodo de cuarenta y ocho (48) horas después de realizado el evento, utilizando el Hashtag #FotoDayCCS.

Se desea preparar con esta selección de fotografías una exposición en la Universidad Monteávila y las ganadoras serán publicadas en las cuentas del FotoDay en Instagram y Facebook.

Conclusiones

Luego de llevar a cabo este proyecto, concluimos diciendo que cumplimos con todos los objetivos planteados de manera satisfactoria. La iniciativa de crear un evento, totalmente distinto a los que ya conocemos, se realizó exitosamente. Nuestro evento se llevó a cabo en la fecha acordada (sábado 5 de marzo) en el horario propuesto (9:00 am – 2:00 pm) y en lugar pautado, los espacios de la Universidad Monteávila, Boleíta Norte, Caracas. Finalmente, se logró reunir un total de ochenta y ocho (88) participantes que, gracias a su pasión por la fotografía, disfrutaron de un día dedicado a lo que más le gusta hacer, capturar momentos.

El cronograma nos permitió realizar de manera efectiva cada una de las actividades propuestas, y fue la base para nuestro éxito, el cual que se vio reflejado en el resultado de la encuesta realizada al final del evento. Uno de los elementos claves para el éxito de este PFC fue la identidad gráfica y el desarrollo creativo y latente a lo largo de todo el evento. La imagen y el concepto transmitieron sencillez, frescura, seguridad e innovación que pudimos comprobar gracias al *feedback* (retroalimentación) con nuestros participantes.

FotoDay nos permitió descubrir que la ciudad de Caracas carece de eventos dedicados a la fotografía y más aún, de eventos que vayan del mundo 3.0 al 2.0 y la interacción social. Con este evento pudimos poner cara a cara a personas que solo se conocían virtualmente.

Podemos concluir también que las redes sociales en la actualidad son el principal medio de difusión y alcance para la selección de targets específicos; gracias a la red social Instagram pudimos cumplir con nuestro número meta de inscritos. FotoDay nos permitió evaluar propuestas innovadoras y creativas que generaran mayor alcance del evento, tales como concursos, material pop creativo, entre otros.

Descubrimos que los participantes del evento buscaban además de aprender técnicas para implementar en sus fotos, querían conocer como evaluar su

alcance en cuanto a su desempeño fotográfico. A través del FotoDay dejamos claro que a fotografía no es solo disparar un botón requiere un trabajo intelectual, creativo, actualizado, pero sobre todo de sentimientos y de sentidos que marcarán la diferencia entre un fotógrafo aficionado y alguien que busca un buen resultado.

Identificamos que aunque nuestro target estaba bien definido, el interés por la fotografía no solo cautivó a los más jóvenes, sino también a adultos contemporáneos, quienes dejaron atrás sus penas y se expusieron ante los demás para sacar sonrisas que luego capturaron con sus lentes. La fotografía es un medio de comunicación muy importante en la actualidad, nos permite dejar plasmado momentos que recordaremos para siempre.

Para finalizar, es importante destacar que gracias a la receptividad que tuvo nuestro evento, podemos decir que es una excelente base para hacer del mismo próximas ediciones y se convierta en un evento de la agenda cultural nacional o al menos tenga replica en futuros eventos universitarios.

Recomendaciones

A futuros colegas, les recomendamos pensar en su PFC desde IV año de la carrera ello les permitirá tener un panorama limpio y amplio al momento de elegir la modalidad y el tipo de PFC a realizar. Por su parte, si eligen esta modalidad tenemos varias recomendaciones a resaltar:

1. Realizar cada uno de los puntos de la organización con detenimiento.
2. Fijar una lista que comprenda cada una de las posibles necesidades.
3. Crear un cronograma que estipule cada actividad a desarrollar y puntualice su tiempo de realización.
4. Elegir un tutor que sea recíproco, proactivo, motivador, con ideales y dispuesto a ayudarlos en todo momento.
5. Cumplir con cada uno de las actividades programadas en su determinado tiempo, sin dejar nada para última hora.

Al Gobierno de turno, es necesario realizar este tipo de actividades en cada una de las ciudades del país, mientras más cultura menos violencia. Eventos de este tipo promueven al intercambio, el conocimiento y la interacción social. Hacer ciudad debería de ser uno de los principales objetivos de la agenda pública por ello este llamado.

Referencias

Referencias electrónicas

- *Caracas Tech Meetup*. [Fecha de consulta: 30 noviembre 2015] Disponible en: <http://www.meetup.com/es/Caracas-Tech-Meetup/events/past/?scroll=true#past>
- *Digital Day*. [Fecha de consulta: 15 diciembre 2015] Disponible en: <http://www.iabcolombia.com/capacitacion-iab/capacitacion-en-otras-ciudades/digital-day/>
- *Iredes*. [Fecha de consulta: 7 marzo 2016] Disponible en: <http://www.iredes.es/>

Referencias bibliográficas

- Andreina Rivas, Adriana Scioscia. (2014). Informe y manual de producción del evento Fotomaratón Caracas. Caracas: Biblioteca Universidad Monteávila. Ficha PFC37 (2014) V.1.

ANEXO 1

Encuesta realizada a los alumnos de 1ero a 5to año de Comunicación Social de la Universidad Monteávila.

PFC UMA

* 1. Indica en qué año te encuentras / Año académico actual:

* 2. Sexo:

* 3. Edad:

* 4. ¿Te gustaría aprender más sobre fotografía?

5. Tu interés fotográfico se enfoca en: (puedes escoger varias opciones)

Fotoperiodismo

Fotografía de eventos de día (bautizos, primera comunión, cumpleaños)

Foto retrato

Fotografía de moda/pasarela

Fotografía de paisajes

Fotografía de comida

Fotografía de bodas

Fotografía de paisajes

Fotografía de comida

Fotografía de bodas

Fotografía de eventos nocturnos (bodas, rumbas, etc)

Fotografía de bebés

Fotoarte

Fotografía comercial (publicitaria)

Otro (especifique)

6. ¿Qué fotógrafos piensas que son influyentes en Caracas?

7. ¿Cuánto dinero estarías dispuesto a pagar por una seminario corto de varios ámbitos fotográficos?

Listo

Desarrollado por

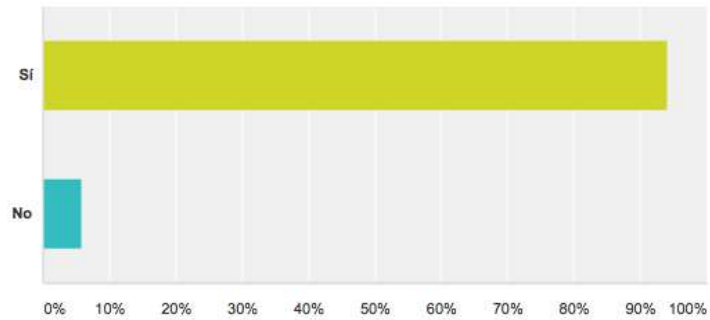
SurveyMonkey

Vea qué fácil es crear una encuesta.

Interés de los encuestados por la fotografía.

¿Te gustaría aprender más sobre fotografía?

Respondido: 86 Omitido: 0

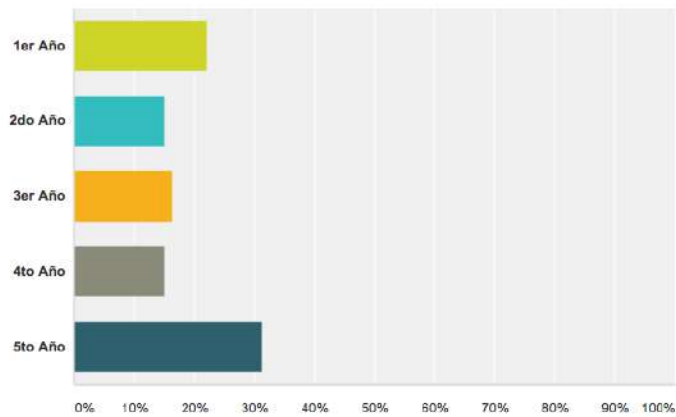


Opciones de respuesta	Respuestas
▼ Sí	94,19% 81
▼ No	5,81% 5
Total	86

Año académico en el que se encuentran los estudiantes encuestados.

Indica en qué año te encuentras / Año académico actual:

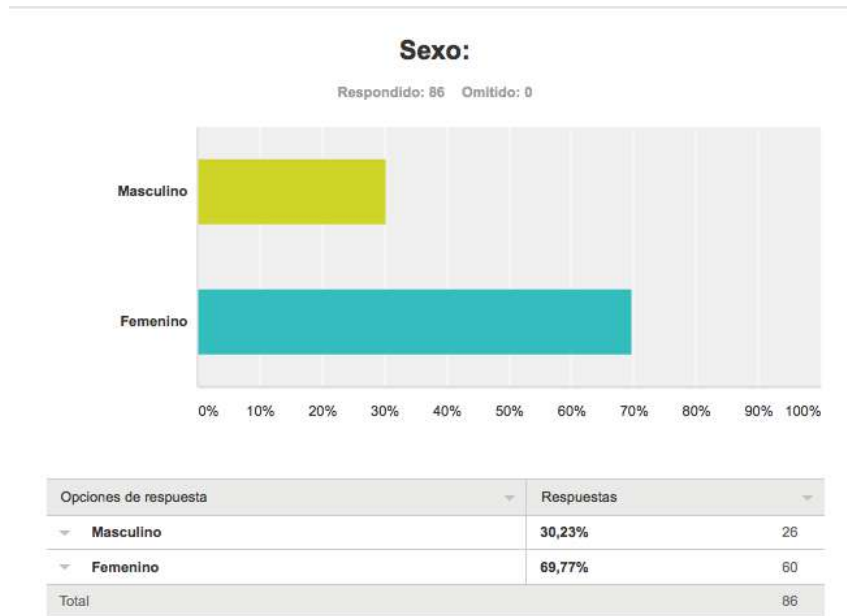
Respondido: 86 Omitido: 0



Opciones de respuesta	Respuestas
▼ 1er Año	22,09% 19
▼ 2do Año	15,12% 13
▼ 3er Año	16,28% 14
▼ 4to Año	15,12% 13
▼ 5to Año	31,40% 27
Total	86

ANEXO 2

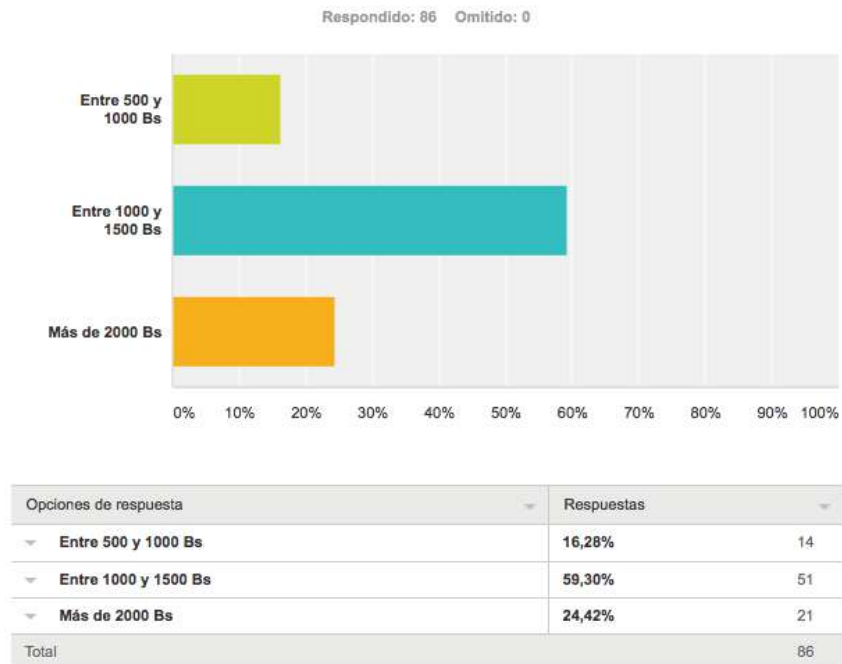
Sexo de los encuestados.



ANEXO 3

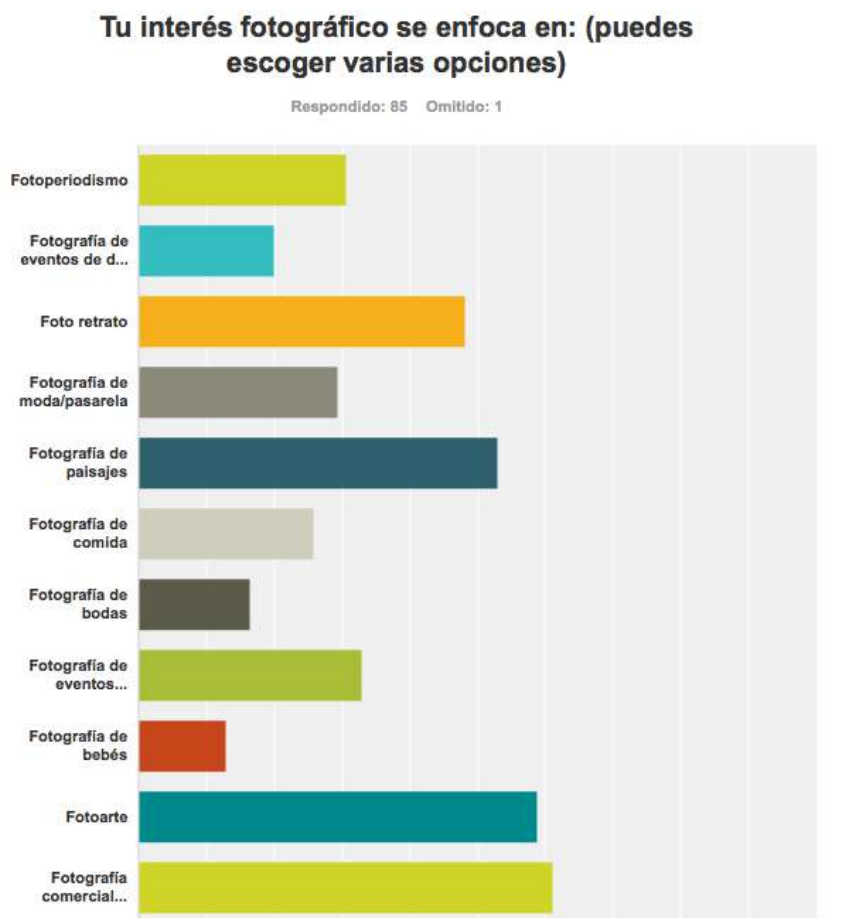
Dinero dispuesto a pagar por un seminario fotográfico.

¿Cuánto dinero estarías dispuesto a pagar por una seminario corto de varios ámbitos fotográficos?



ANEXO 4

Interés fotográfico de los encuestados.



Opciones de respuesta	Respuestas
▼ Fotoperiodismo	30,59% 26
▼ Fotografía de eventos de día (bautizos, primera comunión, cumpleaños)	20,00% 17
▼ Foto retrato	48,24% 41
▼ Fotografía de moda/pasarela	29,41% 25
▼ Fotografía de paisajes	52,94% 45
▼ Fotografía de comida	25,88% 22
▼ Fotografía de bodas	16,47% 14
▼ Fotografía de eventos nocturnos (bodas, rumbas, etc)	32,94% 28
▼ Fotografía de bebés	12,94% 11
▼ Fotoarte	58,82% 50
▼ Fotografía comercial (publicitaria)	61,18% 52
Total de encuestados: 85	

ANEXO 5

Itinerario para la selección de charlas del FotoDay

ITINERARIO FOTODAY				
	@BETARRIAGA	@RODRIGOUNGARO	@VOMBAGRAM	@ANGELINARES FOTO
CHARLA 1				
CHARLA 2				

ANEXO 6

Cronograma de actividades

Actividades	Diciembre				Enero				Febrero				Marzo			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
EVENTO FOTO DAY																
Desarrollo del PFC																
Reunión para el desarrollo del proyecto	■															
Redacción del anteproyecto	■															
Entrega del anteproyecto a la Escuela		■														
Espera por la aprobación del PFC		■	■	■	■	■										
Selección de tutor					■	■										
Reunión con el tutor							■	■	■	■	■	■				
Elaboración del manual de producción del evento			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
Reunión con el tutor sobre avances del PFC					■	■	■	■	■	■	■	■				
Creación de base de datos de posibles patrocinantes			■	■	■	■										
Elaboración del presupuesto del evento					■											
Patrocinio y Ponentes																
Redacción de cartas para patrocinantes y ponentes					■											
Aprobación de las cartas por la Escuela						■										
Entrega de las cartas a los posibles patrocinantes/ ponentes							■									

ANEXO 7

Presentación para fotógrafos, animador, patrocinadores y participantes (esta presentación se personalizaba de acuerdo a quien iba dirigida).



Presentación sin personalizar

¿QUÉ ES EL FOTODAY?



FotoDay es un evento de interacción social entre estudiantes apasionados por la fotografía, donde los conocimientos y la habilidades serán puestas a prueba.



¿EN QUÉ CONSISTE EL FOTODAY?

El evento consta de charlas dictadas por fotógrafos profesionales, además de retos fotográficos que estimularán la creatividad de cada participante.

¿CÓMO SERÁN LAS CHARLAS FOTOGRÁFICAS?

Cada fotógrafo tendrá un tiempo estimado de 30 minutos para hablar de un tema en específico, asociado directamente al área de la fotografía en la cual se especializa.



¿CUÁNTAS CHARLAS SERÁN?

Habrán un total de 4 charlas para cada participante, las cuales se dividen en dos generales y dos específicas.

Charlas Generales	Fotógrafo encargado	Duración
Inicio	Isaac Paniza	30 min
Cierre	Anabella Padula	30 min

Charlas electivas	Fotógrafo encargado	Duración
1	Anabella Padula	30 min
2	Rodrigo Ungaro	30 min
3	Luis Alejandro Márquez	30 min
4	Bettina Arriaga	30 min

Nota: cada participante del evento podrá escoger 2 charlas electivas durante todo el FotoDay.



¿CÓMO SERÁN LOS RETOS FOTOGRÁFICOS?

Buscamos la Interacción de los participantes, estimular el *networking* entre los mismos y poner en práctica la creatividad.

Serán un total de 4 retos, que son:

- ✓ Fotografía a la persona más guapa del FotoDay
- ✓ Haz reír a alguien y captura el momento
- ✓ Consigue a alguien que tenga 5 cosas en común contigo
- ✓ Retrata a una persona de cabeza

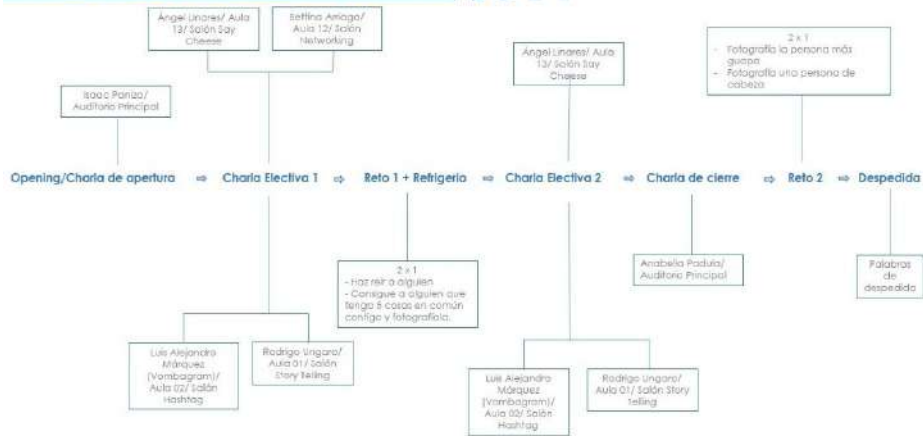


DATOS DEL EVENTO

Día: 5 de marzo
Hora: 8:30 am - 2:00 pm
Locación: Final Av. El Buen Pastor, Boleíta Norte. Universidad Monteávila.



ESTRUCTURA DEL EVENTO



FOTÓGRAFOS INVITADOS

Confirmados:
 Isaac Paniza
 Vombagram
 Rodrigo Ungaro
 Anabella Padula
 Bettina Arriaga
 Ángel Linares

Host: Ángelo Stefanelli



¿CUÁL SERÁ TU PARTICIPACIÓN?

Participación personalizada de acuerdo a la tarea a desarrollar.



CONTÁCTANOS A TRAVÉS DE:



Correo electrónico: umadayccs@gmail.com
Teléfonos de los organizadores:
Gabriela Gómez 426- 1193709
Jose Carlos Ochoa 424- 2279694



ANEXO 8

Artes para salones.



#FOTODAYCCS

FOTO 
DAY

"LO MÁS IMPORTANTE NO ES LA CÁMARA,
SINO EL OJO"
ALFRED EISENSTAEDT

#FOTODAYCCS

LIFE IS LIKE A CAMERA.
JUST FOCUS ON WHAT'S IMPORTANT.
CAPTURE THE GOOD TIMES,
DEVELOP FROM THE NEGATIVES,
AND IF THINGS DON'T TURN OUT,
TAKE ANOTHER SHOT.

#FOTODAYCCS

"SI SABES ESPERAR LA GENTE SE OLVIDARÁ DE TU CÁMARA
Y ENTONCES SU ALMA SALDRÁ A LA LUZ"

STEVE MCCURRY

#FOTODAYCCS

FOTO 
DAY

"SI PUDIERA DECIRLO CON PALABRAS,
NO IRÍA TODOS LOS DÍAS CARGADO CON MI CÁMARA".

LEWIS HINE



#FOTODAYCCS

FOTO 
DAY



#FOTODAYCCS

FOTO 
DAY

"FOTOGRAFIAR ES COLOCAR LA CABEZA,
EL OJO Y EL CORAZÓN EN UN MISMO EJE"

HENRI CARTIER-BRESSON



#FOTODAYCCS

¡SONRÍE!

...A LA CÁMARA

#FOTODAYCCS

•••••
¡INTERACTÚA!
•••••
#FOTODAYCCS

NUNCA ENCONTRARÁS UN
ARCOIRIS
SI ESTÁS MIRANDO HACIA
ABAJO
CHARLES CHAPLIN

¿CUÁL DE MIS FOTOS ES MI FOTOGRAFÍA PREFERIDA?
UNA QUE VOY A HACER MAÑANA
IMOGEN CUNNINGHAM
#FOTODAYCCS

NO ES LA
CÁMARA
ES LO QUE HAGAS
CON ELLA
#FOTODAYCCS

SER FOTÓGRAFO
VA MÁS ALLÁ DEL
CLICK
#FOTODAYCCS

SOMOS AQUELLO
EN LO QUE
CREEMOS
#FOTODAYCCS

Indicadores de espacios el día del evento

PÉRGOLA
#FOTODAYCCS

BEBIDAS
#FOTODAYCCS

Nombres de las salones


HASHTAG

STORYTELLING

NETWORKING


SAY CHEESE

ANEXO 9



Planilla de inscripción

Nombre	
Apellido	
Cédula de identidad	
Número de teléfono	
Ocupación / Universidad	
Año / semestre (Si no aplica, dejar espacio vacío)	
Usuario de Instagram	
¿Deseas recibir información sobre planes de viaje e intercambio con EF? (Sí / No)	



Formas de pago

Precio único	1.400 Bs.
--------------	-----------

- **Banco Provincial**

Jose Carlos Ochoa Chacón

Cta Corriente 0108 0131 14 0100174890

C.I. 22749818

Correo: joscar8a@gmail.com

- **Banco de Venezuela**

Gabriela Gómez Almeida

Cta Ahorro 0102 0225 65 0100013019

C.I. 20978082

Correo: gabygomezalmeida@gmail.com

- No olvides mandar tu comprobante de pago o el screenshot de tu transferencia.

ANEXO 10

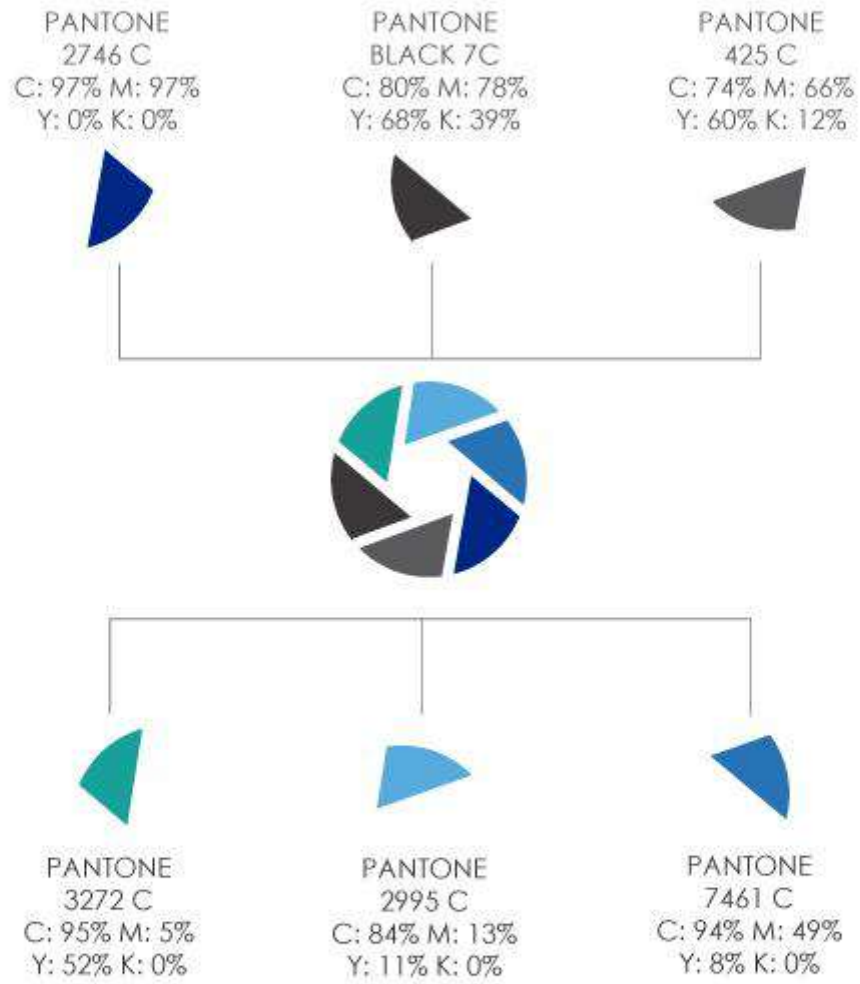
Bocetos para el logo



ANEXO 12



MANUAL DEL LOGO / FotoDay



COLORES DEL OBTURADOR

FOTO



PANTONE
BLACK 7C
C: 80% M: 78%
Y: 68% K: 39%

DAY

PANTONE
7461 C
C: 94% M: 49%
Y: 8% K: 0%

COLORES DE LA TIPOGRAFÍA Y BARRA VERTICAL

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Nombre: CENTURY GOTHIC
Uso de la tipografía: Mayúscula

TIPOGRAFÍA



VARIACIONES PERMITIDAS DEL LOGO



VARIACIÓN DEL LOGO EN DOS COLORES



VARIACIONES DEL LOGO NO PERMITIDAS



SEGÚN APLICACIÓN EN FORMATO

TAMAÑO MÍNIMO
ANCHO: 2,6 CM
ALTURA: 1,6065 CM

TAMAÑO MÁXIMO

TAMAÑO MÁXIMO Y MÍNIMO DEL LOGO



PERMITIDO



NO PERMITIDO

ESTRUCTURA DEL LOGO

ANEXO 13

Tipografía seleccionada para el logo.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx
Yy Zz

Tipografía: Century Gothic

ANEXO 14

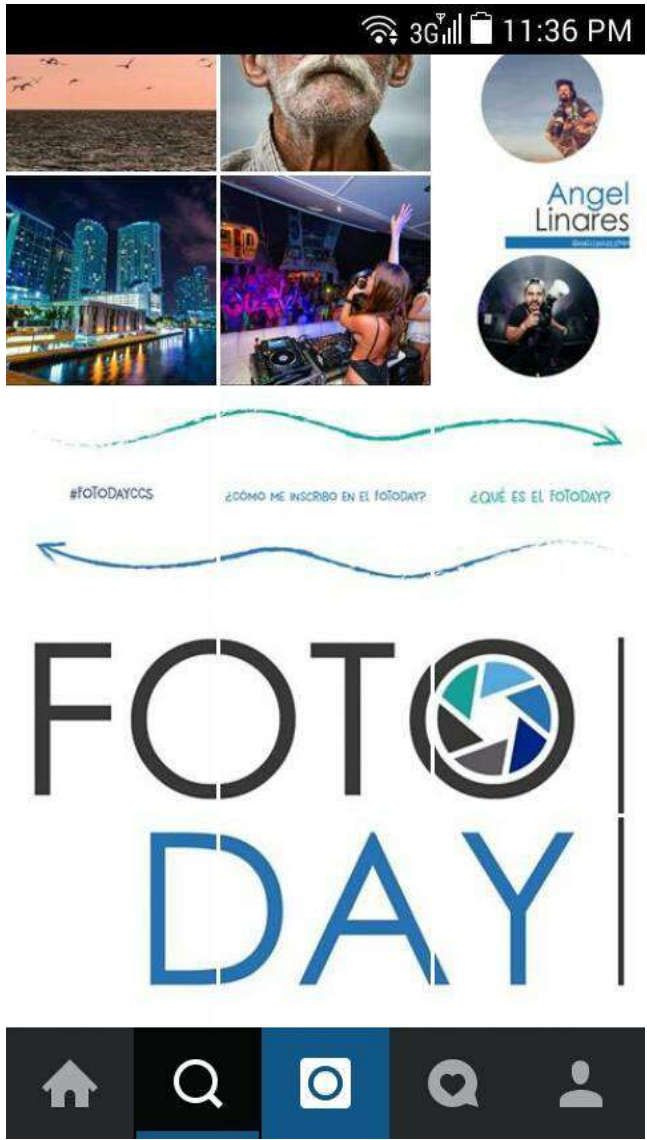
Resultado final de la identidad gráfica de la red social Instagram





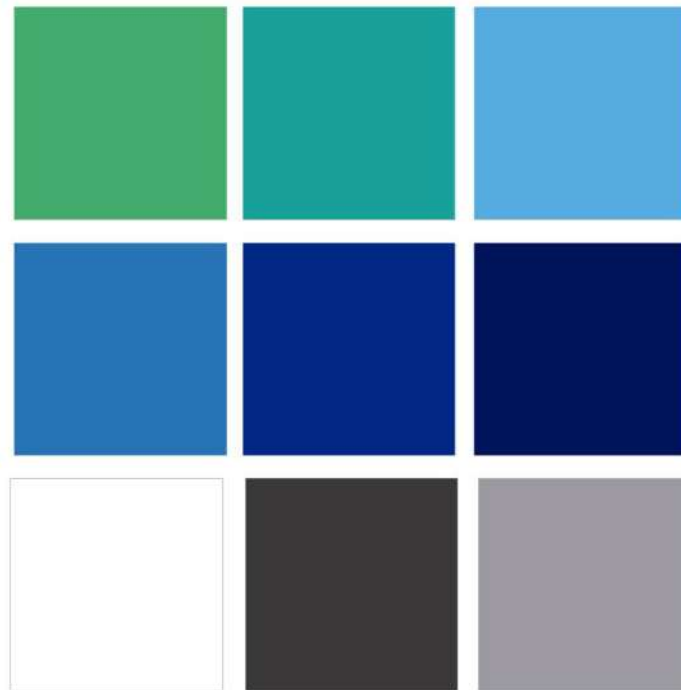






ANEXO 15

Paleta de colores para los artes



ANEXO 16

Portada para Facebook



ANEXO 17

Volante para difusión en la gira universitaria.



ANEXO 18

Franela del staff.



ANEXO 19

Identificaciones para los asistentes al FotoDay por colores.





ANEXO 20

Poster oficial del evento.

FOTODAY

FOTÓGRAFOS INVITADOS

- VOMBAGRAM
- IPANIZA
- ANABELLA PADULA
- RODRIGO UNGARO
- ANGEL LINARES
- BETTINA ARRIAGA

FOTÓGRAFOS PROFESIONALES + RETOS + CHARLAS + CERTIFICADO

| MARZO 05 | UNIVERSIDAD MONTEÁVILA | 8:30 am - 1:00 pm |

CUPoS LIMITADoS → fotodayccs@gmail.com [@FOTODAYCCS](#) [f FOTODAY CCS](#)

Danubio **D-SHOT** **Education First** **HOY QUE HAY** **Lady** **Universidad Monteávila**
RIF: J-30647247-9

ANEXO 21

Backing de prensa del evento.



ANEXO 22

Ganadora del concurso por Instagram.



A screenshot of a web browser displaying the RandomPicker website. The browser's address bar shows the URL "https://www.randompicker.com/Project/DrawOK.aspx?ID=2075668&Final=1". The website header includes the "RANDOMPICKER" logo and navigation links for "mi cuenta", "mis proyectos", "Tarifas", "Support", and a "Cerrar sesión" button. The main content area is titled "Sorteo final" and features a progress indicator with three steps, where the first step is highlighted. Below the indicator, it says "Proyecto seleccionado: Fotoday" and "El sorteo ha finalizado satisfactoriamente." A button labeled "Click aquí para ver los resultados." is visible. The footer contains copyright information "© Copyright 2009-2015. U-Interactive english - español - no. nyc.ou" and a link for "Declaración legal / Política de privacidad". The Windows taskbar at the bottom shows the system tray with the time "21:50" and date "01/05/2016".

Info - fotodayccs@gmail... X #FotoDay - fotodayccs@g... X RandomPicker - sortea ga... X WhatsApp Web X +

https://www.randompicker.com/Project/Result.aspx?ID=287568

Más visitados Comenzar a usar Firefox Galería de Web Slice Sitios sugeridos

Resultados del sorteo

Proyecto seleccionado FotoDay

El proyecto ha sido llaveado.

[Volver al detalle del proyecto](#)

[Download](#) all winners.

RandomPicker protocol has been generated. You can publish the protocol link to provide an easy way for participants to find information about the draw.

<https://www.randompicker.com/protocol/287568x33517>

ID premios	Información pública	Información privada	ID aleatorio	Probabilidades
1: Entrada libre al FOTODAY	roalenciel		03E1C015-A6F4-437B-BAF8-74DB49D38E8A	1

Windows taskbar: 21:51 01/03/2016

Info - fotodayccs@gmail... X #FotoDay - fotodayccs@g... X RandomPicker - sortea ga... X El Random Picker - Protoc... X WhatsApp Web X +

https://www.randompicker.com/Project/Result.aspx?ID=287568

Más visitados Comenzar a usar Firefox Galería de Web Slice Sitios sugeridos

Proyecto seleccionado FotoDay

El proyecto ha sido llaveado.

[Volver al detalle del proyecto](#)

[Download](#) all winners.

RandomPicker protocol has been generated. You can publish the protocol link to provide an easy way for participants to find information about the draw.

<https://www.randompicker.com/protocol/287568x33517>

ID premios	Información pública	Información privada	ID aleatorio	Probabilidades
1: Entrada libre al FOTODAY	roalenciel		03E1C015-A6F4-437B-BAF8-74DB49D38E8A	1

© Copyright 2009-2015, U-interactive english - español - no-pyccoo

[Declaración legal](#) / [Política de privacidad](#)

Windows taskbar: 21:52 01/03/2016

Info - fotodayccs@gmail... X #FotoDay - fotodayccs@g... X RandomPicker - sortea ga... X El Random Picker - Protoco... X (1) WhatsApp Web X + -

https://www.randompicker.com/Project/Public/Protocol.aspx?Key=287568c33517

Más visitados Comenzar a usar Firefox Galería de Web Slice Sitios sugeridos

Premios:

Orden	Cantidad	Premio
1. premio	1x	Entrada libre al FOTODAY

Número total de entradas : 74 [see the list of entries \(anonymized\)](#)

Lista de ganadores

RandomPicker ha sorteado a las siguientes personas::

ID del ganador	Premio
rcvalenciaf	Entrada libre al FOTODAY

¿No está usted seguro de haber sido incluido en el sorteo?

Usted puede ver si ha participado ingresando su identificación en el campo de búsqueda de abajo. Tenga en cuenta que, cuando el propietario de un proyecto importa participantes, no es necesario incluir ningún tipo de información personal en el RandomPicker. Sólo hace falta saber cómo identificarse (número de identificación, contraseña, nombre de usuario, etc). Fíjese que en las listas de ganadores de arriba hay una columna de identificación. Usted necesitará saber el mismo tipo de identificador. Si no lo sabe, pregúntele al propietario del proyecto (no es RandomPicker).

Windows Taskbar: 21:52 01/03/2016

Info - fotodayccs@gmail... X #FotoDay - fotodayccs@g... X RandomPicker - sortea ga... X El Random Picker - Protoco... X (1) WhatsApp Web X + -

https://www.randompicker.com/Project/Public/Protocol.aspx?Key=287568c33517

Más visitados Comenzar a usar Firefox Galería de Web Slice Sitios sugeridos

Premios:

Orden	Cantidad	Premio
1. premio	1x	Entrada libre al FOTODAY

Número total de entradas : 74 [see the list of entries \(anonymized\)](#)

Lista de ganadores

RandomPicker ha sorteado a las siguientes personas::

ID del ganador	Premio
rcvalenciaf	Entrada libre al FOTODAY

¿No está usted seguro de haber sido incluido en el sorteo?

Usted puede ver si ha participado ingresando su identificación en el campo de búsqueda de abajo. Tenga en cuenta que, cuando el propietario de un proyecto importa participantes, no es necesario incluir ningún tipo de información personal en el RandomPicker. Sólo hace falta saber cómo identificarse (número de identificación, contraseña, nombre de usuario, etc). Fíjese que en las listas de ganadores de arriba hay una columna de identificación. Usted necesitará saber el mismo tipo de identificador. Si no lo sabe, pregúntele al propietario del proyecto (no es RandomPicker).

ANEXO 23

Mejores fotos del FotoDayCcs con el usuario de Instagram de su autor (3 por categoría).

Reto #1 - Haz reír a alguien y captura el momento.



Foto por @alexandra.2611

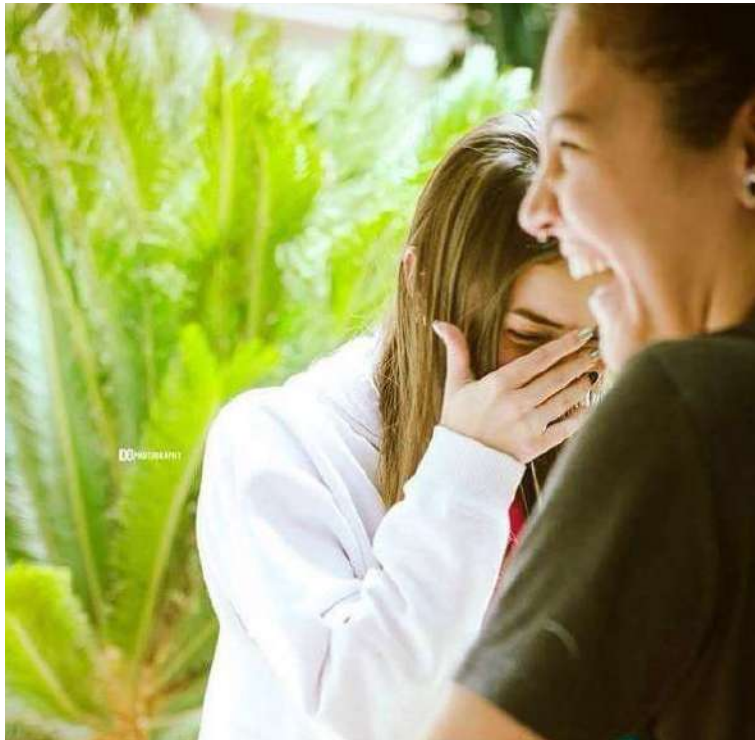


Foto por @bernardoidg



Foto por @mtineob

Reto #2 – Consigue a alguien que tenga 5 cosas en común contigo y fotografíalo.



Foto por @andrespinate95



Foto por @nabefotografia



Foto por @asiriscontreras

Reto #3 – Fotografía a la persona más guapa del FotoDay



Foto por @asiriscontreras



Foto por @fabbracamonte



Foto por @abrahamidg

Reto #4 – Fotografía a una persona de cabeza.



Foto por @jessicacorreap



Foto por @douglasdvphoto



Foto por @mariadossantosr

ANEXO 24

Encuesta realizada al finalizar el evento.



Encuesta

¿Cómo te enteraste del FOTODAY? Marcar con una **X**

Redes sociales	
Por un amigo	
Radio	
Afiches	
Gira universitaria	
Otro	

Evalúe el **FOTODAY** bajo los siguientes parámetros cuantitativos:

1. Deficiente 2. Regular 3. Bueno 4. Excelente

Fotógrafos	1	2	3	4
Contenido de las charlas	1	2	3	4
Aprendizaje	1	2	3	4
Entretenimiento	1	2	3	4
Organización	1	2	3	4
Refrigerios	1	2	3	4
Manejo del Instagram @Fodayccs	1	2	3	4
Proceso de inscripción	1	2	3	4

¿Te gustaría que se realizaran más eventos de tipo cultural en Caracas?

Sí ___ No ___

¿Crees que el **FOTODAY** te sirvió para mejorar tu vida personal y/o profesional?

Sí ___ No ___

Comentarios:
