



**UNIVERSIDAD MONTEAVILA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

AL ARTE LE DAN SABANA, MI QUERENCIA A TÍO SIMÓN

Proyecto Final de Carrera como requisito parcial para optar al Título de
Licenciado en Comunicación Social

Marian Ferrer
Eugenia Valero
Marisabel Van Der Biest
Gabriela Vera
Tutor: Joseba Barriola

Caracas, Marzo 2012

APROBACIÓN DEL TUTOR

Quien suscribe *JOSEBA BARRIOLA POTTS*, Tutor del Trabajo de Grado *AL ARTE LE DAN SABANA, MI QUERENCIA A TÍO SIMÓN*, elaborado por *MARIAN FERRER, EUGENIA VALERO, MARISABEL VAN DER BIEST, GABRIELA VERA* para optar al título de **Licenciado en Comunicación Social**, considera que el mismo reúne los requisitos exigidos por la Universidad Monteávila, y tiene méritos suficientes como para ser sometido a la presentación y evaluación por parte del Jurado examinador que sea designado.

En la ciudad de Caracas, a los 08 días del mes de marzo de 2012

Nombre: Joseba Barriola

(Firma) _____

Tutor

AGRADECIMIENTOS

Entre las cosas más significativas que puede hacer un hombre en la vida, está sin duda, trascender; poder ir más allá y dejar un aporte. Cuando emprendimos nuestros primeros pasos en el Proyecto Final de Carrera, supimos que sería más que un trabajo, mucho más que una calificación, por lo que dedicamos todo nuestro esfuerzo, mente y recursos a él.

Al arte le dan Sabana, fue desde sus comienzos un proyecto lleno de metas, valores y ejemplos. Por esto, queremos agradecer primeramente al maestro Simón Díaz, por ser nuestra fuente de inspiración. Por darnos con su existencia, material para desarrollar un proyecto tan completo y memorable. Gracias por ser reflejo de valores y principios que todo venezolano debería tener, para así hacer un aporte real a la sociedad.

A la Universidad Monteávila por permitir que se hagan este tipo de proyectos para finalizar un ciclo tan importante en la vida como lo es la universidad. Por fomentar la creatividad de sus alumnos y dar las herramientas necesarias para superar cualquier tipo de obstáculo, no sólo en el ámbito laboral, sino también en la vida cotidiana. Gracias por instruirnos con calidad, respeto y hermandad.

A nuestras familias por el apoyo incondicional ante nuestro proyecto, ante las épocas difíciles y los contratiempos. Por ser nuestra estructura fundamental de crecimiento y por enseñarnos la importancia del esfuerzo, persistencia y trabajo en equipo, a la hora de encaminarse en un proyecto. A la Familia Van Der Biest, Vera, Ferrer y Valero, como también a nuestros demás seres queridos, infinitas gracias.

Asimismo extendemos nuestro agradecimiento a todas aquellas personas cuyo aporte, presencia y apoyo fueron claves para la realización, desarrollo y éxito de este Proyecto Final de Carrera.

A nuestros 27 artistas y 7 agrupaciones que hicieron de esta iniciativa una exposición de calidad. A Joseba Barriola por guiarnos en todo momento, por prestarnos su tiempo y dedicación, y por ser muestra de amistad y profesionalidad. A Bettsimar Díaz, por apoyar nuestras ideas y permitirnos realizar este proyecto con total libertad y sin restricciones usando la figura de su padre. A María Fernanda Senior, por ayudarnos a lograr una imagen gráfica apropiada e ideal para nuestro proyecto.

De igual manera, deseamos agradecer a los patrocinantes por creer en nuestro proyecto y por proporcionarnos los recursos necesarios para poder lograr un evento de altura.

Gracias a todos.

Sinceramente,

Gabriela Vera, Marian Ferrer, Marisabel Van Der Biest y Eugenia Valero.

“Al Arte le dan Sabana, Mi querencia a Tío Simón. “

“Sabana, Sabana
Con tu brisa de mastranto
tus espejos de lagunas
Centinela de Palmeras
que se asoman con la luna
Aquí me quedo contigo
aunque me vaya muy lejos
como tórtola que vuela
y deja el nido en el suelo.”

Sabana, Simón Díaz.

ÍNDICE

LISTA DE TABLAS	vii
LISTA FIGURAS.....	viii
RESUMEN	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.1 Objetivo general:	3
1.2 Objetivos específicos:	4
1.3 Temática	4
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO	5
2.1 Productos y servicios.....	5
2.2 Mercadeo.....	5
2.3 Investigación de Mercado.....	6
2.3.1 Fases de la investigación de mercado.....	7
2.3.1.1 Definición del problema y los objetivos de la investigación.....	7
2.3.1.2 Desarrollo del plan de investigación.....	7
2.3.1.3 Implementación del plan de investigación.....	9
2.3.1.4 Interpretación e informe de los resultados	10
2.3.2 Métodos de la investigación de mercados.....	10
2.3.2.1 Métodos cualitativos de investigación de mercados.....	11
2.3.2.2 Métodos cuantitativos de investigación de mercados.....	11
2.4 Segmentación de Mercado	14
2.4.1 Estrategias de segmentación de mercados.....	15
2.5 Definición de Mercado meta.....	16
2.6 Posicionamiento	17

2.6.1 Tipos de posicionamiento.....	17
2.7 Expresiones artísticas.....	18
2.7.1 Arte.....	18
2.7.2 Pintura.....	18
2.7.3 Escultura.....	19
2.7.4 Música.....	19
2.7.5 Artes Culinarias.....	20
2.7.6 Diseño:.....	20
2.7.6.1 Diseño gráfico:.....	21
2.7.6.2 Diseño industrial:.....	21
2.7.7 Moda.....	21
2.7.8 Fotografía.....	22
2.8 Homenaje.....	22
2.8.1 Biografía de Simón Díaz.....	23
CAPÍTULO 3: PRE-EVENTO.....	24
3.1 Cronograma.....	24
3.2 Público meta:.....	24
3.3 Fecha y lugar del evento:.....	26
3.4 Comités de trabajo:.....	28
3.5 Participantes:.....	30
3.6 Patrocinio:.....	34
3.7 Logística:.....	36
3.7.1 Diseño y materiales artistas:.....	36
3.7.2 Material gráfico exposición:.....	36
3.7.3 Permisos:.....	37
3.7.4 Valet parking:.....	37

3.7.5 Seguridad.....	37
3.7.6 Protocolo:	38
3.7.7 Refrigerio:.....	39
3.7.8 Decoración:.....	40
3.7.9 Equipos audiovisuales:	40
3.7.10 Obsequios:.....	41
3.8 Programa del evento	41
3.9 Identidad gráfica:	42
3.9.1 Nombre del evento:	42
3.9.2 Logotipo:	43
3.9.3 Identidad gráfica:	44
3.10 Presupuesto.....	45
3.11 Promoción y comunicación:	45
3.11.1 Medios Alternativos	46
3.11.2 Medios Masivos	47
CAPÍTULO 4: EVENTO.....	48
4.1 Montaje:.....	48
4.2 Evento:.....	48
CAPÍTULO 5: POST-EVENTO	51
CONCLUSIONES	56
RECOMENDACIONES	58
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	59
ANEXO A.....	63
ANEXO B.....	65
ANEXO C.....	66
ANEXO D.....	67

ANEXO E.....	74
ANEXO F.....	76
ANEXO G.....	115
ANEXO H.....	117
ANEXO I.....	125
ANEXO J.....	129
ANEXO K.....	130
ANEXO L.....	132
ANEXO M.....	133
ANEXO N.....	134
ANEXO Ñ.....	134
ANEXO O.....	136
ANEXO P.....	137
ANEXO Q.....	143
ANEXO R.....	144
ANEXO S.....	147
ANEXO T.....	157
ANEXO U.....	158
ANEXO V.....	160
ANEXO W.....	162
ANEXO X.....	181
ANEXO Y.....	185
ANEXO Z.....	186

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Cronograma de actividades del proyecto.....	65
Tabla 2. Base de datos de solicitud de patrocinio.....	115
Tabla 3. Base de datos equipo de protocolo.....	133
Tabla 4. Programa del evento.....	135
Tabla 5. Presupuesto final del evento.....	143
Tabla 6. Base de datos medios impresos para plan de medios.....	144
Tabla 7. Bases de datos medios audiovisuales para plan de medios.....	145
Tabla 8. Base de datos medios digitales para plan de medios.....	145
Tabla 9. Base de datos cobertura adicional de medios digitales.....	147
Tabla 10. Cronograma de montaje del evento sábado 25 de febrero.....	160
Tabla 11. Cronograma de montaje del evento domingo 26 de febrero.....	161

LISTA FIGURAS

Figura 1. ¿Considera usted atractivo realizarle un homenaje a Simón Díaz?	25
Figura 2. ¿Estaría interesado en asistir a un tributo a Simón Díaz?	25
Figura 3. Disciplinas artísticas de preferencia.	26
Figura 4. Rango de edades asistentes al evento.....	51
Figura 5. Calidad de organización del evento.	52
Figura 6. Calidad de los artistas participantes en el evento.	53
Figura 7. Disciplinas artísticas de preferencia en el evento.	53
Figura 8. ¿Asistiría a otro evento como éste?	54
Figura 9. ¿Recomendaría este evento a otras personas?	55
Figura 10. Croquis 3D Google Sketchup exposición.	129
Figura 11. Croquis 3D Google Sketchup exposición.	129
Figura 12. Rótulo logo del evento y patrocinantes.	130
Figura 13. Rótulos sonido dirigido y entrada	130
Figura 14. Rótulo frase pared de entrada.	131
Figura 15. Arte bastidor de prensa.....	131
Figura 16. Rótulo nombre del evento para entrada al galpón.	131
Figura 17. Pago para tramitar expendio de licores.	132
Figura 18. Obsequio para artistas participantes.....	134
Figura 19. Logo del evento.	136
Figura 20. Afiche del evento, modelo artistas.	137
Figura 21. Afiche del evento, modelo bandas.	138
Figura 22. Banner interno Hoy Que Hay.....	139
Figura 23. Banner página principal Hoy Que Hay.	139
Figura 24. Tríptico entregado en el evento (tiro).	140

Figura 25. Tríptico entregado en el evento (retiro).	141
Figura 26. Invitación digital del evento.....	142
Figura 27. Publicación de nota de prensa en Zona Escolar.....	149
Figura 28. Publicación de nota de prensa en Globovisión.....	149
Figura 29. Publicación de nota de prensa en Hoy Que Hay.....	150
Figura 30. Publicación de nota de prensa en Eventos Venezuela.....	150
Figura 31. Publicación de nota de prensa en Agencia Carabobeña de Noticias. .	151
Figura 32. Publicación de nota de prensa en Diario Metropolitano.....	151
Figura 33. Publicación de nota de prensa en Agenda Cultural de Globovisión.....	152
Figura 34. Publicación de nota de prensa en Revista Tendencia de Maracaibo. .	152
Figura 35. Publicación de nota de prensa en Código Venezuela.....	153
Figura 36. Publicación de nota de prensa en The Elite Channel.....	153
Figura 37. Publicación de nota de prensa en La Noticia de Oriente.....	154
Figura 38. Publicación de nota de prensa en Fundación Interencuentros.....	154
Figura 39. Cobertura del evento hecha por Sin Flash.....	155
Figura 40. Publicación de nota de prensa hecha por Primera Clase.....	155
Figura 41. Cobertura del evento realizada por Blog Mumoar.....	156
Figura 42. Página de Facebook del evento.....	157
Figura 43. Cuenta de Twitter del evento.....	158
Figura 44. Foto pintura "Sobre la ciudad"	162
Figura 45. Foto pintura "Sabana"	162
Figura 46. Foto pintura "Reflejos"	163
Figura 47. Foto pintura "Sabana Luz"	163
Figura 48. Foto pintura "Con S Sabana y Simón"	164
Figura 49. Foto pintura "Vaca Mariposa"	164
Figura 50. Foto pintura "Memorias Cruzadas"	165

Figura 51. Foto pintura "Contrapunteo Gestual"	165
Figura 52. Foto "Silla Simón"	166
Figura 53. Foto "Silla Mercedes"	166
Figura 54. Foto "Lucero (Préstame tu Claridad)	167
Figura 55. Foto vestido "Glamorosa Llanera"	168
Figura 56. Foto vestido "A 2 Cuatros"	168
Figura 57. Foto vestido "Del Llano a la ciudad"	169
Figura 58. Foto vestido "Ethnic Liqui Liqui"	169
Figura 59. Foto cartera "Bonita como el turpial"	170
Figura 60. Foto pintura "La Tonada del Trasncho"	170
Figura 61. Foto diseño "The Force is Strong With This One"	171
Figura 62. Foto diseño "Caligrama Simón Díaz"	171
Figura 63. Foto escultura "4-POP"	172
Figura 64. Foto escultura "Cajón de Arauca Apureño"	172
Figura 65. Foto "Munny Díaz"	173
Figura 66. Foto escultura "Mercedes"	173
Figura 67. Fotografía "Retrato sin retrato"	174
Figura 68. Fotografía "Caballo Desbocado"	174
Figura 69. Fotografías "Juana Carabina"	175
Figura 70. Fotografía "Mi Querencia"	175
Figura 71. Fotografía degustación "Memorias del Recuerdo"	176
Figura 72. Foto degustación "Simón en la Cocina"	176
Figura 73. Foto degustación "Dulce Araguaey"	177
Figura 74. Foto objetos Simón Díaz para sonido dirigido en la exposición.	178
Figura 75. Foto tarima de la exposición.	178
Figura 76. Foto exposición.	179

Figura 77. Foto exposición antes de la apertura.	179
Figura 78. Foto exposición antes de la apertura 1.	180
Figura 79. Foto bastidor de prensa y televisión en la exposición.	180
Figura 80. Múltiples comentarios positivos del evento a través de las redes sociales.	189

RESUMEN

“Al Arte le dan Sabana, Mi Querencia a Tío Simón”, es una exposición creativa en homenaje al cantautor venezolano Simón Díaz, que busca apoyar el talento artístico venezolano; así como revalorizar la identidad y cultura nacional a través del tributo de una figura tan importante para el país como lo es Simón Díaz.

El evento está constituido por una exposición creativa en donde pintores, escultores, diseñadores gráficos, fotógrafos, diseñadores industriales, chefs y diseñadores de moda presentarán sus obras inspiradas en Simón Díaz, cada una desde su disciplina y estilo artístico. Esta exposición está acompañada de presentaciones acústicas de bandas nacionales, las cuales interpretarán versiones de las canciones más importantes de este cantautor venezolano.

“Al Arte le dan Sabana, Mi Querencia a Tío Simón” se realizará el 26 de febrero de 2012 en el Galpón número 17 del Centro de Arte Los Galpones, ubicado en la Octava transversal con Avenida Ávila de la Urbanización Los Chorros; y estará abierta para todo público desde las 11 A.M. hasta las 8 P.M.

La finalidad principal de esta iniciativa es lograr alcanzar, de una manera amigable e innovadora, al público asistente a la exposición, y transmitirles la importancia que tiene la cultura venezolana, a través de obras realizadas por talento emergente nacional, en homenaje a una figura tan representativa de nuestra identidad como lo es Simón Díaz.

INTRODUCCIÓN

Este Proyecto Final de Carrera nace como una propuesta para revalorizar la cultura popular venezolana en las generaciones jóvenes, quienes se han desvinculado de sus raíces nacionales a causa de la globalización. Se quiso con esta iniciativa presentar, de una manera innovadora, los valores venezolanos de manera que los jóvenes se sintieran identificados con ellos.

Esta iniciativa tiene como tema central la importancia e inspiración que representa el cantautor Simón Díaz en las distintas disciplinas artísticas en Venezuela. Se eligió esta temática porque se conoce la importancia de este personaje y la influencia que tiene en la identidad cultural de los venezolanos. Se decidió realizar este homenaje a través de las distintas expresiones del arte, ya que se buscó, que fueran los mismos artistas venezolanos, los que demostraran la inspiración e influencia que representa esta figura en la cultura nacional. Al mismo tiempo se quiso resaltar la versatilidad que poseen las distintas disciplinas artísticas al momento de expresar cualquier idea o pensamiento de forma tangible, utilizando en este caso a Simón Díaz como musa para producir un impacto en el público que lo aprecie.

La finalidad principal de esta exposición creativa es lograr alcanzar de una manera innovadora al público asistente a la exposición y transmitirles la importancia que tiene el rescate de la cultura venezolana, a través de obras realizadas por talento emergente nacional, en homenaje a una figura tan representativa de nuestra identidad como lo es Simón Díaz.

Este proyecto funciona como estudio base para aquellas personas que estén interesadas en llevar a cabo la organización de un evento que esté relacionado con el arte, utilizando una figura reconocida nacionalmente como tema

central e inspiración. Se quiso utilizar la Comunicación Social y sus ramas como herramientas para revalorizar la identidad nacional por medio del arte y la cultura. Se buscó darle uso a la creatividad que caracteriza a los comunicadores sociales como un instrumento que aporte valores positivos a la sociedad venezolana. Se aspira con este proyecto, que los futuros profesionales de la comunicación tengan la iniciativa de desarrollar eventos que busquen resaltar la cultura venezolana a través del arte y de la música.

Este Proyecto Final de Carrera se divide en 5 capítulos presentados de la siguiente manera:

- Capítulo 1: planteamiento del problema
- Capítulo 2: marco teórico
- Capítulo 3: pre-evento
- Capítulo 4: evento
- Capítulo 5: post-evento

Una vez presentados estos 5 capítulos, se procedió a elaborar las conclusiones pertinentes de los objetivos alcanzados y la repercusión que tuvo la iniciativa, tanto para las integrantes organizadoras, como para el público asistente.

CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A raíz de la globalización, se ha ido perdiendo el arraigo de la cultura popular y folklórica del país, sobre todo en las generaciones más jóvenes, en las cuales priman artistas y figuras internacionales por encima de figuras icónicas venezolanas. El problema radica en la poca difusión y atención que se le ha dado a la cultura popular en los últimos años, y en la manera poco atractiva que se les ha presentado a los jóvenes. Analizando esta situación se decidió atraer la atención de estas generaciones a través de un tributo innovador y diferente, hecho a un ícono venezolano, de manera que el público pudiera acercarse a esta figura, conocer más sobre ella y sentirse orgulloso de la cultura propia. Se decidió elegir a Simón Díaz como personaje central de la iniciativa debido a su importancia como el artista más representativo de la cultura venezolana, a nivel nacional e internacional. Su canción “Caballo Viejo” posee más de 300 versiones, traducida en 12 idiomas distintos; y su amplia carrera musical lo hizo acreedor del Grammy Latino a la trayectoria en el año 2008. Actualmente es una de los artistas más conocidos y queridos por toda la población venezolana, lo que hace que sea merecedor de este tributo y lo convierte en una figura con la cual el público se puede conectar fácilmente.

1.1 Objetivo general:

Crear un sentimiento de identidad nacional por medio de un homenaje al ícono folklórico Simón Díaz, realizado por artistas emergentes venezolanos a través de distintas expresiones de arte.

1.2 Objetivos específicos:

- Identificar las características relevantes del personaje principal para lograr la conexión emocional con la audiencia.
- Desarrollar el concepto creativo para garantizar la efectiva comunicación hacia el target.
- Definir los posibles artistas expositores que vayan acorde con el target objetivo.
- Elaborar un esquema de producción para la realización del evento para lograr el objetivo planteado.
- Diseñar un plan estratégico de mercadeo acorde a las necesidades del público meta establecido.

1.3 Temática

La temática escogida para este proyecto final de carrera consiste en un tributo al cantautor venezolano Simón Díaz, realizado por talento emergente nacional, a través de distintas formas de expresión del arte, con el fin de resaltar la figura de este gran cantautor como influencia e inspiración para cualquier disciplina artística en Venezuela. Al mismo tiempo, esta exposición tiene como fin resaltar la importancia de la cultura venezolana a través de un medio tan versátil como lo es el arte. Además, con este proyecto se quiere dar a conocer e impulsar la obra de diferentes artistas venezolanos, quienes con su trabajo harán honor al legado cultural de este ícono nacional.

CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

2.1 Productos y servicios

De acuerdo a Kotler y Armstrong en su libro “Marketing Versión para Latinoamérica”, los productos son “cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad”. (Kotler /Armstrong, p. 11). Así mismo define los servicios como “cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra y que es básicamente intangible y que no tiene como resultado la propiedad de algo”. (Kotler /Armstrong, p. 11).

Sin embargo, el portal Mercadeo.com establece una diferencia esencial entre productos y servicios, ya que define los productos como “cualquier elemento tangible o intangible que puede ofrecerse a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo”, mientras que afirma que los servicios son “actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen a la venta”, y los cataloga como esencialmente intangibles.

2.2 Mercadeo

La American Marketing Association define el mercadeo como “el proceso de planificación, ejecución, fijación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales”. (Carla Calderón, 2002). Este concepto puede ser resumido en la idea de Jay C Levinson, el cual llama mercadeo a “todo lo que se haga para promover una actividad, desde el momento que se concibe la idea, hasta el momento que los clientes comienzan a adquirir el producto o servicio en una base regular”. (Mercadeo.com, 2011).

El mercadeo es una herramienta indispensable en la venta de cualquier producto o servicio, ya que no es sólo vender y anunciar. Para Phillip Kotler y Gary Armstrong se trata de “satisfacer las necesidades del cliente” y con esto lograr el incremento en la venta de un producto. (Kotler/ Armstrong, 2003 p. 5).

Carl Mc Daniels y Roger Gates en su libro “Investigación de Mercados Contemporánea” plantean que para un mercadeo eficiente se requiere una “orientación hacia el cliente, una orientación hacia las metas y una orientación de sistemas”, ésta última tiene que ver con el plan a seguir para poder alcanzar efectivamente las dos primeras orientaciones. (Mc Daniels/Gates, 1999, p. 6).

2.3 Investigación de Mercado

De acuerdo a la American Marketing Association (AMA) en el libro Investigación de Mercados de Kinnear y Taylor, el mejor concepto para dar dicha definición es:

La investigación de mercados es la función que enlaza al consumidor, al cliente y al público con el comercializador a través de la información. Esta información se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing; como también para generar, perfeccionar y evaluar las acciones de marketing... La investigación de mercados especifica la información requerida para abordar estos problemas; diseña el método para recolectar la información; dirige e implementa el proceso de recolección de datos; analiza los resultados y comunica los hallazgos y sus implicaciones. (Kinnear/Taylor, 1998, p. 5).

Sin embargo Mc Daniels y Gates proporcionan un concepto más breve y conciso de lo que es la investigación de mercados definiéndola como “la planeación, recopilación y análisis de los datos pertinentes para la toma de decisiones de mercadotecnia y la comunicación de los resultados de dicho análisis a la gerencia” (Mc Daniels / Rogers, 1999, p. 8). Este análisis del consumidor y su

entorno resulta la herramienta más útil a la hora de elegir una estrategia de venta de cualquier producto o servicio.

2.3.1 Fases de la investigación de mercado

Todas las investigaciones de mercado utilizan metodologías distintas adaptadas a las necesidades y metas de cada estudio en particular. Sin embargo, existen a grandes rasgos unos pasos claves que toda investigación de mercado debe seguir para ser exitosa.

Kotler y Armstrong (2003) identifican 4 pasos principales que se deben seguir al momento de realizar una investigación de mercados:

2.3.1.1 Definición del problema y los objetivos de la investigación

En este paso se debe elegir cuidadosamente el problema y acordar los objetivos de la investigación, ya que serán el punto de partida para lograr unos resultados correctos y útiles. El director de marketing y los investigadores deben trabajar en colaboración para tomar las decisiones correctas ya que "...el director es quien entiende mejor la decisión para la cual se necesita información; el investigador es el que mejor entiende la investigación de mercados y el cómo obtener la información" (Kotler /Armstrong, 2003, p. 160).

2.3.1.2 Desarrollo del plan de investigación

Kotler y Armstrong (2003) señalan que una vez definidos los problemas y objetivos, se debe pasar a determinar con detalle qué información se necesita y desarrollar un plan para obtenerla de forma eficiente. En base al problema, los objetivos y colectivo meta de la investigación se deben plantear una serie de preguntas sobre qué tipo de información se necesita específicamente y enumerarlas. Una vez clara la información necesaria, los investigadores deben proceder a elaborar un plan para recaudar esa información de manera adecuada. Dentro de este plan debe estar la recolección de los datos primarios, que son los

que se recogen para un objetivo específico, y los datos secundarios, que consisten en información ya recabada para algún otro objetivo. (Kotler/Armstrong, 2003).

La información secundaria es la más sencilla y rápida de recoger, y por esto generalmente es la primera que se busca. Se pueden utilizar distintas fuentes para obtener estos datos que van desde la base de datos de una compañía o bases de datos en línea, la compra de datos a proveedores externos, fuentes de información externa como servicios de datos comerciales y fuentes gubernamentales. Sin embargo, los investigadores deben ser cuidadosos de que la información exista o sea pertinente. (Kotler /Armstrong, 2003).

Una vez recogida la información secundaria se debe diseñar el método de la investigación para la información primaria. Mc Daniels y Gates (1999) plantean tres tipos de métodos de investigación. El primero es la investigación por encuestas, la cual se basa en la interacción con entrevistados del público objetivo por medio de un cuestionario o de una entrevista. De ser seleccionado este método se debe proceder a elegir el método de contacto que se adapte a las necesidades del estudio. El segundo método es la investigación por observación, en la cual se vigila a los entrevistados y sus acciones pero sin interactuar con ellos y sin que ellos sepan que están siendo estudiados. Este método busca conocer la actitud real del consumidor sin que sea vea sesgado por sentirse vigilado. El último método de investigación que señalan Mc Daniels y Gates (1999) es el método por experimentación, en el cual se modifican una o más variables en el proceso de compra y se observa la reacción del consumidor; estos estudios son los más útiles para medir la causalidad.

Además de elegir el método de investigación se debe decidir el plan de muestreo, ya que los estudios buscan sacar conclusiones de grandes grupos basados en el estudio de una muestra de ellos. “Una muestra es un segmento de la población que se escoge para representar a la población total.” (Kotler

/Armstrong, 2003, p. 169). El diseño de la muestra implica 3 decisiones. La primera es ¿A quién se encuestará y qué unidad de muestreo se utilizará? La segunda pregunta consiste en “¿A cuántas personas se deberá entrevistar o qué tamaño de muestra de usará? La tercera pregunta es ¿Cómo debe recogerse la muestra o qué procedimiento de muestreo se utilizará? (Kotler /Armstrong, 2003)

La última decisión que se debe tomar en este paso es escoger los instrumentos de investigación, ya sean los cuestionarios o los dispositivos mecánicos. Los cuestionarios siempre son los más comunes debido a su flexibilidad y facilidad. Sin embargo, los investigadores deben redactar, ordenar y seleccionar las preguntas adecuadamente para lograr resultados satisfactorios. Los dispositivos mecánicos son diversos, y van desde lectores ópticos en los supermercados hasta cámaras ocultas y aparatos que miden la intensidad de las emociones o reacciones. (Kotler /Armstrong, 2003)

2.3.1.3 Implementación del plan de investigación

A continuación los investigadores deben llevar a cabo el plan de investigación acordado. “Esto implica recolectar, procesar y analizar la información.” (Kotler /Armstrong, 2003, p. 172). La primera fase de recolección de datos es la más fundamental y generalmente la más costosa según Kotler y Armstrong (2003) y por esto se deben vigilar todas las variables para evitar errores. Sobre esto Kinneer y Taylor señalan que “...la selección, capacitación y el control de los entrevistadores es esencial para los estudios eficaces de investigación de mercados...” (Kinneer / Taylor, 1998, p. 63).

La siguiente fase corresponde al procesamiento y análisis de datos, en la cual los investigadores aíslan la información y los hallazgos, verificando la exactitud de los resultados y tabulándolos. (Kotler /Armstrong, 2003). Kinneer y

Taylor (1998) incluyen la edición y codificación como procesos fundamentales en esta fase.

La edición comprende la revisión de los formatos de datos en cuanto a legibilidad, consistencia e integridad. La codificación implica el establecimiento de categorías para respuestas o grupos de respuestas, de manera que los números puedan utilizarse para representar las categorías. (Kinneer / Taylor, 1998, p. 63)

2.3.1.4 Interpretación e informe de los resultados

El último paso de la investigación requiere la interpretación de los resultados y las conclusiones y hallazgos que resultaron de ella. Es importante prestar atención a la tabulación de los resultados y todos los detalles que estos arrojan, ya que no siempre todas las conclusiones se pueden sacar a primera vista.

Kotler y Armstrong (2003) recomiendan no abrumar con cifras y técnicas estadísticas rebuscadas, sino explicar detalladamente los hallazgos importantes y los resultados valorables para la toma de decisiones. Además, recomiendan que la interpretación no sólo esté de parte de los investigadores, sino también del director de mercadeo, ya que éste es quien conoce el problema a fondo y puede encontrar variables que los investigadores pasaron por alto.

Una vez concluidos los resultados de la investigación de mercado se puede dar paso a la toma de decisiones y aporte de soluciones al problema o necesidades planteadas al inicio del estudio realizado.

2.3.2 Métodos de la investigación de mercados

Existen dos métodos en la investigación de mercado, a continuación se detalla cada uno de ellos.

2.3.2.1 Métodos cualitativos de investigación de mercados

Cueva (2004, p.48), expone que la metodología cualitativa se fundamenta en la creación de un ambiente de análisis del individuo que favorezca la eliminación de las barreras y limitaciones personales, permitiendo detectar las motivaciones más internas de su comportamiento. También resalta que este tipo de investigación cualitativa en marketing nace a partir de la necesidad de conocer la relación que se establece entre los consumidores y los productos que se comercializan. Este tipo de investigación utiliza principalmente, para su estudio: las reuniones de grupos o también denominadas focus group y las entrevistas a profundidad.

- **Reuniones de grupos:** las reuniones de grupos consisten en una interacción dinámica de comunicación y discusión entre un conjunto de personas. Estas técnicas de grupo presentan una ventaja esencial sobre otras técnicas cualitativas, ya que permiten el intercambio de opiniones de varios individuos sobre un mismo tema, lo cual ayuda a enriquecer la información resultante. El investigador en esta técnica actúa como moderador de la dinámica y su función es clave en el desarrollo de la misma.
- **Entrevistas en profundidad:** la entrevista en profundidad es una interacción dinámica de comunicación entre dos personas, el entrevistador y el entrevistado, bajo el control del primero. En su aplicación no existe un guión determinado o un cuestionario específico sino que se desarrolla simulando una conversación no estructurada donde ambos intercambian información. Esta técnica puede acceder al mundo interno y emocional del individuo y de esta manera conocer las motivaciones de su comportamiento.

2.3.2.2 Métodos cuantitativos de investigación de mercados

Lacobucci (2002, p. 227) expone que la investigación cuantitativa busca recolectar información primaria para estudiar cuantos elementos de una población coinciden en una determinada característica.

Estas técnicas emplean grupos grandes de estudio, que arrojen datos que puedan ser representados de manera estadística. Las dos principales técnicas cuantitativas son: las encuestas y los paneles.

Cueva (2004, p.100), expone que algunas de las razones principales del elevado nivel de utilización de esta técnica de la encuesta son las siguientes:

- **Información específica:** permite obtener información primaria actual, concreta y especializada del tema y de los individuos.
- **Rapidez:** puede reunir, en poco tiempo, una gran cantidad de información.
- **Facilidad de aplicación:** posibilidad de aplicarlas a cualquier persona, independientemente de sus características culturales, socioeconómicas, demográficas, entre otras.
- **Variedad de presupuestos:** la variedad de procedimientos (personal, postal, telefónica) y la flexibilidad en el diseño metodológico permiten la realización de estudios con presupuestos totalmente adaptados a la necesidad del cliente.
- **Flexibilidad:** posibilidad de combinar su aplicación con otras técnicas de investigación.

Tipos de encuestas:

- **Encuesta personal:** en donde existe contacto directo entre el entrevistador y el entrevistado
- **Encuesta telefónica:** donde la información es obtenida vía telefónica.

- **Encuesta postal:** el medio de comunicación con el entrevistado es el correo. En el caso de Venezuela, es poco factible la utilización de esta vía debido a la poca efectividad de las empresas de encomiendas.

La selección de la encuesta va a estar determinada por los recursos disponibles, el objetivo del estudio, el alcance previsto y el tiempo disponible.

Las encuestas personales son el método más directo de obtención de información primaria cuantitativa y posee ciertas ventajas que tienen como la fiabilidad de la información porque se controla quien responde, son flexibles ya que permiten realizar aclaraciones al encuestado sobre la marcha, el porcentaje de respuesta es superior al de las encuestas por correo y telefónicas; sin embargo, presentan algunas desventajas relacionadas con los costes al ser elevado, sesgos del entrevistador y limitaciones con relación a ciertos temas.

Las encuestas telefónicas de igual manera utilizan un encuestador que realiza contacto directo con la persona entrevistada. La principal ventaja de estas encuestas es la rapidez en la obtención de información; sin embargo, presenta un inconveniente y es la imposibilidad de controlar la veracidad de las respuestas; usualmente para corroborar la información se les pide a los entrevistadores que coloquen el número de teléfono del entrevistado.

Las encuestas auto-administradas no involucran el contacto directo con los entrevistados, ya que se les envía el cuestionario por vía electrónica, fax, postal o página web. Dentro de las principales ventajas de este tipo de encuestas son los bajos costes y el alcance de la misma en términos de encuestados. Las principales desventajas son la baja tasa de respuesta, la imposibilidad de controlar las personas que responden la encuesta y la veracidad de las respuestas. Las encuestas por vía electrónica poseen ventajas adicionales sobre las postales y

enviadas vía fax, ya que llegan con mayor rapidez, permiten utilizar material de apoyo y es una encuesta directa ya que el entrevistador está identificado.

2.4 Segmentación de Mercado

Ricardo Fernández Valiñas en su libro “Segmentación de mercados” define este concepto de manera sencilla como “...la división de un universo heterogéneo en grupos con al menos una característica homogénea...” (Fernández, 2001, p. 12).

Sin embargo, León G. Schiffman brinda un concepto más completo de lo que significa la investigación de mercados denominándola como “...el procedimiento de dividir un mercado en distintos subconjuntos de consumidores que tienen necesidades o características comunes, y de seleccionar uno o varios segmentos para llegar a ellos mediante una mezcla de marketing específica...” (Schiffman, 2005, p. 50).

Para realizar una segmentación de mercados, adecuada al público meta que se quiere conseguir, es necesario tomar en cuenta una serie de variables. Las primeras son las variables demográficas entre las cuales están la edad, el sexo, nivel socioeconómico, estado civil, nivel de instrucción y religión. Estas tienen la particularidad de ser las únicas que pueden ser medidas de forma estadística. (Fernández, 2001). Por medio de estas variables es posible calcular el mercado total y establecer el target group, el cual se define como “...el perfil del consumidor desde el punto de vista demográfico...” (Fernández, 2001, p. 14).

Las variables geográficas son aquellas que se dan por factores ambientales. (Fernández, 2001). De acuerdo a Schiffman (2005) estas variables se sustentan en la idea de que las personas que viven en la misma localidad comparten ciertas necesidades o gustos comunes. Entre las principales variables

geográficas están: unidad geográfica, condiciones geográficas, raza, y tipo de población.

Además se encuentran las variables psicográficas, las cuales se definen como "...una combinación de mediciones de actividades, intereses y opiniones de los consumidores..." (Schiffman, 2005, p. 60). Estas variables han sido de gran uso para los estudios realizados en los últimos años y entre ellas se encuentran: grupos de referencia, clase social, personalidad, cultura, ciclo de vida familiar, motivos de compra, actitudes y percepciones. (Fernández, 2001).

Por último se encuentran las variables relacionadas con el uso, las cuales tienen que ver con la "...disposición del consumidor frente a la posible compra del producto..." (Fernández, 2001, p. 15). Entre las principales variables de este tipo están: frecuencia de uso, ocasión de uso, tasa de uso, lealtad, disposición de compra. (Fernández, 2001).

2.4.1 Estrategias de segmentación de mercados

Ferrel y Hartline (2006) en su libro "Estrategia de marketing" proponen tres estrategias de segmentación de mercados tradicionales y tres nuevos enfoques para la segmentación de mercado.

La primera estrategia tradicional para la segmentación de mercados es el marketing masivo, en el cual "...las empresas dirigen las campañas de marketing masivas a todo el mercado para un producto en particular..." (Ferrell / Hartline, 2006, p. 135). Este es un enfoque no diferenciado que supone que los clientes tienen todas las necesidades y gustos similares que deben ser atacados por un producto, una estrategia de distribución y un plan promocional.

Otro enfoque tradicional es el marketing de diferenciación, en el cual las empresas realizan una investigación de mercado para segmentar a los

consumidores en grupos homogéneos, y a partir de esto se planifica una mezcla de marketing adecuada a cada segmento de mercado. (Ferrell / Hartline, 2006). Dentro de esta estrategia se encuentran dos opciones, la primera es el enfoque de segmentos múltiples en el que las empresas "...buscan atraer compradores en más de un segmento del mercado ofreciendo más de una mezcla de marketing que resulten atractivas para varios segmentos del mercado total..." (Ferrell / Hartline, 2006, p. 138). También se usa el enfoque de concentración de mercado en el cual se concentran en sólo un segmento del mercado. (Ferrell / Hartline, 2006).

La última estrategia tradicional de segmentación de mercados es el marketing de nichos. "Un nicho es un grupo de consumidores definido de manera estrecha, generalmente en un mercado no servido por competidores." (Dvoskin, 2004, p. 119). La clave para un marketing de nichos efectivos, según Ferrel y Hartlines (2006), es atender todas las necesidades del nicho de una manera tan completa que, a pesar de que el nicho es bastante pequeño y específico, la participación de la empresa en el mismo es muy productiva.

2.5 Definición de Mercado meta

Kotler y Armstrong (2003) explican que una vez analizado todos los segmentos del mercado se debe decidir a cuál o cuántos de ellos se debe atacar. "Un mercado meta consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades o características comunes, a los cuales la empresa decide servir." (Kotler /Armstrong, 2003, p. 255). Ferrell y Hartline dicen sobre esto que se deben evaluar una serie de variables para seleccionar este mercado meta, entre las cuales están: viabilidad, recursos de la empresa, competencia dentro del segmento, etc.

2.6 Posicionamiento

Kotler y Armstrong definen la posición de un producto como "...la forma en que los consumidores definen el producto con base en sus atributos importantes: el lugar que ocupa el producto en la mente de los consumidores, en relación con los productos de la competencia..." (Kotler / Armstrong, 2003, p. 260).

Al Ries y Jake Trout, los creadores del concepto de posicionamiento, parten de la idea que debido a la gran cantidad de marcas y mensajes publicitarios que terminan en desinformación, es esencial afilar los mensajes para que la marca quede de manera diferenciada en la mente del consumidor. (Ries / Trout, 1989)

2.6.1 Tipos de posicionamiento

En el libro "Las claves de la publicidad", Harrison señala que existen dos tipos de posicionamiento de productos en la mente de los consumidores. En primer lugar define el posicionamiento de producto como el que "se centra en el propio producto o servicio y lo posiciona objetivamente basándose en lo que hará, como está hecho, sus ingredientes, su superioridad sobre los productos de la competencia, sus usos y sus aplicaciones" (García, 2008, p. 238). Por otro lado, Gabriel Otamendi, en el libro "Sé Innovador: utiliza las claves del marketing para potenciar la gestión de personas", menciona el posicionamiento como la idea de "relacionar a la empresa o a un producto específico con un determinado uso o aplicación" (Primo/Rivero, 2010 p. 95).

El segundo tipo de posicionamiento que menciona Harrison es el posicionamiento de consumidor, el cual se enfoca en los individuos que van a manipular el servicio o producto. "Este posicionamiento exige conocer en profundidad al grupo objetivo y a los grupos de referencia, conocer los valores que sustentan sus estilos de vida". (García, 2008, p. 238). Asimismo Otamendi define el posicionamiento por el estilo de vida el cual se refiere a "las opiniones,

intereses y actitudes que permiten desarrollar una estrategia de posicionamiento orientada hacia su estilo de vida” (Primo / Rivero, 2010 p. 95).

2.7 Expresiones artísticas

Existen diversas formas de expresarse para el ser humano. El arte es una manera extremadamente poderosa y profunda de drenar y filtrar la realidad a través de materiales y medios, resultando una obra de arte. Cuando hablamos de distintas expresiones artísticas se puede abarcar desde la pintura, escultura, distintos tipos de diseños, artes culinarias, fotografía, hasta literatura. Las expresiones artísticas son una herramienta para plasmar, sentir y dejar en un medio tangible una admiración, un sentimiento, un ideal.

2.7.1 Arte

Se define al arte como “obra humana que expresa simbólicamente, mediante diferentes materias, un aspecto de la realidad entendida estéticamente” (VOX diccionario avanzado lengua española, 1998, p. 98).

Se refiere a “la acción creativa del ser humano que se fundamenta en el ajuste y combinación de imágenes, sonidos y materiales que se utilizan para comunicar una idea o un sentimiento y provocar un resultado atractivo”. (Diccionario El Pequeño Larousse Ilustrado, 2005, p. 107).

2.7.2 Pintura

Una de las expresiones artísticas de más popularidad y peso histórico es ciertamente, la pintura. Este ámbito del arte nació por la necesidad de expresar contextos históricos y sociales, de manera que reflejaran el sufrimiento de las guerras, aspectos religiosos y posteriormente individuos pertenecientes a la nobleza; esto fue cambiando a través del tiempo, abriéndose a cualquier tipo de temática. Wordpress Deconceptos define la pintura como “el arte de representar, objetos reales o ficticios, o estados anímicos sobre una superficie, mediante líneas y colores, según sea el arte figurativo o abstracto.” A lo largo de la historia hasta la contemporaneidad, han surgido una diversidad de estilos artísticos que le dan

distintos matices y caras a esta disciplina. Algunos de los estilos que conforman el arte son: impresionismo, cubismo, realismo, expresionismo, surrealismo, figurativo, pop art, etc.

2.7.3 Escultura

La escultura es una expresión artística conocida desde hace miles de años. De este modo “la escultura más antigua que se conoce es un trozo de la costilla de un buey en la que se grabaron una serie de líneas intencionadamente. Se encontró en Dordogne (Francia) y data, aproximadamente del año 105.000 A.C.” (Diccionario Enciclopédico Enseñanza General Básica, 1997, p.368). Esta disciplina artística es el resultado del “arte de modelar, tallar o esculpir en barro, piedra, madera, etc.” (Diccionario de la Lengua Española, 2001, p. 966). De igual forma, estas figuras poseen tres dimensiones: alto, largo y ancho.

2.7.4 Música

La música podría definirse como la armonización del sonido a través de ondas. Es un elemento cultural que ha estado presente siempre en nuestras vidas y que parece variar según la cultura, sus características y los gustos personales de quien la crea. Podemos ver también cómo han surgido nuevos estilos y cómo ha ido modificándose a través del tiempo, y que sin importar las distinciones, es un elemento definitorio que está presente en todas las culturas.

La enciclopedia Balsa Británica nos brinda un concepto desarrollado sobre la música en donde es definida como:

Arte de bien combinar los sonidos y el tiempo con el propósito de producir una sensación agradable. Se la considera como una manifestación instintiva del hombre, apenas alcanzado un grado elemental de civilización, pues se sabe de la existencia de música en todos los pueblos antiguos de que haya mención histórica y la tienen hoy hasta los más primitivos y considerados al margen de toda civilización. La música considera como elementos fundamentales los siguientes: la melodía, o sea la combinación sucesiva de sonidos; la armonía, o su

combinación simultánea (...) el ritmo, o la división del tiempo en intervalos regulares, iguales o relacionados entre sí. **(Enciclopedia Barsa, 1988, Tomo 11, p 25).**

2.7.5 Artes Culinarias

Se puede definir a las artes culinarias como aquel tipo de arte que embellece y coloca en una categoría superior a algo tan rutinario y común como la comida. En Venezuela actualmente existe un movimiento de vanguardia de las artes culinarias, en la que cada vez va calando más en nuestra sociedad el gusto por el buen comer. Se trata de una composición de distintos alimentos que armonizan y dan un sabor distinto a un plato típico presentándolo como algo innovador.

El Blog Destellos de Sabor (2009) define a las artes culinarias como el estilo creativo de preparar alimentos, que puede variar de acorde a la cultura. De esta manera, también cambia su forma de prepararlos, modificando por consecuencia las costumbres sociales que se dan a la hora de comer.

Destellos de Sabor (2009) también agrega que a causa de la globalización, se ha generado un mayor conocimiento, proliferación y aprecio a este nuevo arte.

2.7.6 Diseño:

Otro de los conceptos importantes a considerar es el de diseño, el cual es definido por El Diccionario Pequeño Larousse lo define como:

Representación sobre una superficie de la forma (y eventualmente, de los valores de luminosidad y sombra) de un objeto, de una figura, etc., que sirve de modelo para su realización. Disciplina que tiene por objeto una armonización del entorno humano, desde la concepción de los objetos de uso hasta el urbanismo. **(Diccionario El Pequeño Larousse Ilustrado, 2005, p. 354).**

El diseño se podría ramificar en diversas áreas según su actividad y uso. Sin embargo se tomarán dos de ellas, que estarán presentes en este trabajo, para definir las.

2.7.6.1 Diseño gráfico:

La escuela de artes plásticas UCR, define diseño gráfico como una disciplina artística aplicable, la cual brinda soluciones a inconvenientes específicos en el campo visual tales como: editoriales, fotografía, ilustración, comunicación corporativa, publicidad, entre otros.

2.7.6.2 Diseño industrial:

El Diseño de Industrial es una de estas ramificaciones a considerar y la Enciclopedia Barse Británica lo describe como:

Suele llamarse así al que se hace como base para la fabricación de algún producto de la industria, particularmente de los que se fabrican en grandes cantidades. Surgió como consecuencia de las necesidades creadas por la producción y transportes mecanizados, que requieren grandes inversiones en costosa maquinaria. Estas fuertes inversiones determinan la importancia de que el diseño industrial tenga en cuenta los gustos y las necesidades del mayor número para tratar de que los satisfaga el producto cuya fabricación se proyecta. **(Enciclopedia Barse, 1988, Tomo 6, p. 31).**

2.7.7 Moda

El diccionario Pequeño Larousse Ilustrado define a la moda como "manera de actuar, vivir, pensar, ligada a un ambiente o época determinada. Es también un conjunto de ropa, complementos, etc. que siguen el gusto del momento." (Diccionario el pequeño Larousse, 2005, p. 683).

Basándose en la segunda idea que proyecta éste concepto de moda, se debe entender que la moda se caracteriza y varía según la cultura de cada lugar.

Siguiendo las ramificaciones del diseño previamente establecidas, se tomará también el concepto de Diseño de Moda.

De acuerdo a Larissa Lando, en su libro "Diseño de Moda: Conceptos Básicos" la moda es "en sentido general, un concepto aplicable a diferentes fenómenos de la actividad humana, que son reflejo de los cambios constantes respecto al criterio personal." Define que el término moda "procede de MODUS que en latín significa elección y que se refiere a las costumbres, el modo de proceder y el modo no solo de vestir sino hasta incluso el de peinarse, propias de cada etapa de la humanidad". (Larissa Lando, 2009, p. 15).

2.7.8 Fotografía

La fotografía tal y como la definían hace siglos los griegos, partía de la palabra "photos" que tiene por significado luz y "graphis", cuyo significado es dibujo o escritura, de manera que al juntar estas dos palabras el resultado es dibujar o escribir con luz. La luz es un elemento esencial en la fotografía, pues "la luz, aunque impalpable, es aquí un medio carnal, una piel que comparto con aquel o aquella que han sido fotografiados"(Roland Barthes, 2008).

En la página Web Nikelaos, el fotógrafo Nicolás Chacón García define la fotografía como:

Un lenguaje, un conjunto de técnicas y un arte. Es un modo de captar y exponer gráficamente la realidad visual. Cada pieza fotográfica es un fragmento, un recorte de realidad interpretada través de la cámara y del fotógrafo. (Chacón García).

2.8 Homenaje

El homenaje es una de las formas de rendir tributo a aquellos individuos merecedores de admiración y veneración por su obra y/o legado. Es una manera de mostrar respeto y encanto con respecto al individuo homenajeado, como también con su obra, aporte social e impacto. El homenaje es definido por el Diccionario Avanzado Lengua Española como un "acto público en honor de una o

varias personas. Merced, obsequio. “(VOX Diccionario Avanzado Lengua Española, 1998, p. 611).

2.8.1 Biografía de Simón Díaz

Con la finalidad de conocer sobre la vida y obra del ícono seleccionado para rendir homenaje con este proyecto se procede a presentar la biografía de Simón Díaz. **(VER ANEXO A).**

CAPÍTULO 3: PRE-EVENTO

3.1 Cronograma

El cronograma de actividades y planificación del evento se dividió en tres etapas: pre-evento, evento y post-evento, de manera que se pudiera trabajar de manera organizada y progresiva. La lista de actividades se realizó en base a las distintas áreas de trabajo del proyecto, así como el itinerario que debía seguir y la cantidad de tiempo que se debía invertir en cada una. **(VER ANEXO B).**

3.2 Público meta:

Para definir el público meta de “Al Arte le Dan Sabana, Mi Querencia a Tío Simón” se realizó una investigación descriptiva a través de una encuesta vía Web por medio de la página <http://es.surveymonkey.com> para validar que el ícono seleccionado tuviera una conexión con el público al que se dirigía el evento. Esta encuesta se realizó a hombres y mujeres del estrato social A, B y C, con edades comprendidas entre 18 y 35 años, amantes del ámbito cultural que buscan una experiencia diferente durante los fines de semana. El grupo de personas al que se dirigió la encuesta puede ser descrito como conocedores de las nuevas expresiones artísticas y abiertas a diferentes propuestas.

El estudio arrojó resultados satisfactorios, ya que se comprobó que el target estaría interesado en asistir al evento y se validó cuáles eran las disciplinas artísticas que más apelaban al mismo, tal como se puede apreciar en el siguiente gráfico. **(VER ANEXO C).**

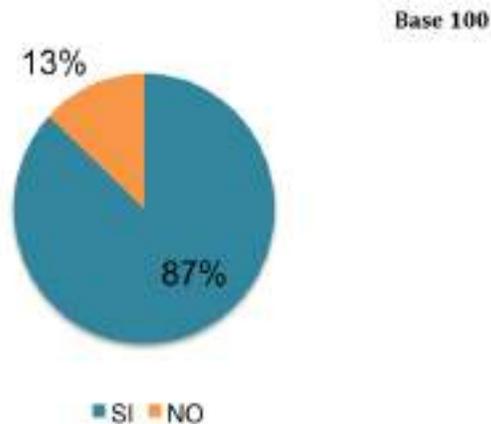


Figura 1. ¿Considera usted atractivo realizarle un homenaje a Simón Díaz?

Fuente: elaboración propia.

En el gráfico anterior se puede observar que un 87% de los encuestados considera atractivo realizarle un homenaje a Simón Díaz, por lo que estaría interesado participar en la iniciativa planteada.

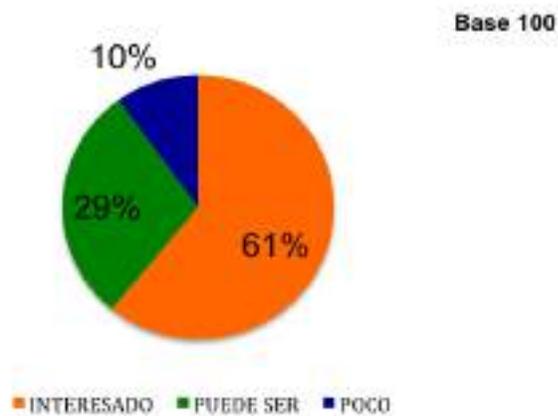


Figura 2. ¿Estaría interesado en asistir a un tributo a Simón Díaz?

Fuente: elaboración propia.

En el gráfico presentado se puede observar que, en la base a la muestra tomada, el target objetivo estaría interesado en asistir a un homenaje a Simón Díaz y por lo tanto considera atractiva la propuesta planteada para este proyecto.

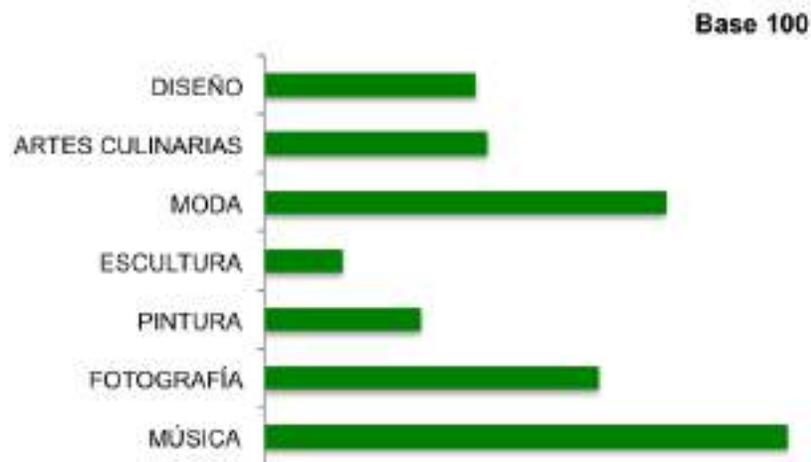


Figura 3. Disciplinas artísticas de preferencia.
Fuente: elaboración propia.

En el gráfico anterior se puede apreciar cuáles son las disciplinas artísticas más atractivas para los encuestados, y por lo tanto, aquellas que deberían tener presencia en el evento para convocar al público objetivo.

3.3 Fecha y lugar del evento:

Se manejaron dos posibles fechas para la realización del evento: la primera opción se planteó para el sábado 11 de febrero de 2012, y la segunda para el domingo 26 de febrero de 2012, ambas en un horario de 11 A.M. a 8 P.M. Se decidió elegir la segunda fecha porque la primera coincidía con el fin de semana de las elecciones primarias de la Mesa de la Unidad Democrática y se llegó a la conclusión que ésta, podía ser una fecha muy acontecida. Se elige además el día domingo porque se adapta al tipo de exposición que se quiere presentar. Es una iniciativa que busca que los asistentes disfruten de una tarde diferente y se quiere incluso que sea un plan familiar, los cuales se dan por excelencia los domingos. Se seleccionó la semana después de carnavales para la realización del evento porque sería un fin de semana en donde habría con seguridad gran concentración de personas en la ciudad. El horario se dispuso de esta manera para que existiera una amplia oportunidad de disfrutar del evento.

A nivel de locación se manejaron tres posibilidades: el Centro de Arte La Estancia, ubicado en la Urbanización La Floresta, el Centro Cultural Chacao, ubicado en El Rosal, y el Centro de Arte Los Galpones, ubicado en Los Chorros. Se eligieron esas tres opciones por considerarlas locaciones que reflejaban el propósito artístico del proyecto, además de estar ubicadas en lugares céntricos de fácil acceso para el público. Se escogió el Centro de Arte Los Galpones debido a su perfecta compatibilidad con el tema que se quería transmitir. En El Centro Cultural Chacao no existía un lugar adecuado que permitiera hacer la exposición y la presentación de música al mismo tiempo. Por otro lado, en el Centro de Arte La Estancia existía un proceso burocrático complejo que no permitía la confirmación anticipada y con seguridad de la fecha seleccionada.

El Centro de Arte Los Galpones nos ofreció la comodidad de reservar la fecha y se ajustaba al presupuesto planteado para el evento. Adicionalmente, el Galpón número 17 disponía del espacio adecuado para realizar todo el proyecto en el mismo lugar. Vale la pena resaltar que las áreas verdes y espacios abiertos, así como la tranquilidad que transmite la locación, se engrana con el tema de la sabana de Simón Díaz que se quiso presentar en el proyecto. Se realizó el diseño de la exposición en base a las normas establecidas por la locación tales como:

- Presencia de marcas únicamente dentro del galpón alquilado.
- Presencia de la barra dentro del galpón.
- Publicidad del evento únicamente dentro del galpón.

En base a la locación, el target objetivo y el tipo de iniciativa presentada se decidió que el evento debía ser gratuito, ya que atraería una mayor cantidad de personas. Se quiso alcanzar una buena cantidad de público asistente, de manera que se marcara una diferencia en las nuevas generaciones. Adicionalmente la entrada gratuita se adaptaba mejor al concepto de homenaje del evento.

3.4 Comités de trabajo:

La distribución de labores se hizo por comités, en los cuales existía una persona encargada de la coordinación y supervisión de todo lo relacionado con su área de trabajo. Esta organización permitió que, si bien todas las integrantes cumplieron funciones dentro de los cuatro comités, siempre existiera una guía o supervisión a la cual se debía responder; lo que permitió un mejor orden en las responsabilidades y evitar la omisión de cualquier detalle.

Finanzas y patrocinio: la integrante encargada de este comité fue Eugenia Valero. Como cabeza de esta comisión se encargó de la supervisión de todo el proceso para la obtención del dinero necesario por parte de las marcas para la realización del evento. Entre sus funciones principales se pueden señalar: la estipulación del presupuesto final del evento; la redacción de las cartas de presentación dirigidas a las empresas; la recolección de los contactos encontrados por todas las integrantes, de las posibles marcas interesadas en la iniciativa; la supervisión de la estructura de la presentación que se llevaría a los patrocinantes; el envío, junto a las demás integrantes, de las cartas de patrocinio; la coordinación de reuniones con las distintas empresas interesadas; el seguimiento de las solicitudes de patrocinio; la coordinación con la empresa productora para que se efectuara el pago a su nombre y finalmente, la supervisión de los acuerdos de patrocinio, de manera que se cumplieran por parte de los dos interesados. Además se encargó de realizar los pagos pertinentes a los proveedores después del evento junto a la comisión de logística y proveedores.

Artistas y montaje de la exposición: la integrante encargada de esta comisión fue Gabriela Vera y su rol principal consistió en la supervisión de todos los recursos necesarios para que fuera posible el montaje de las obras de arte, así como el contacto continuo y seguimiento a los artistas para la entrega de las obras de manera adecuada y pertinente. Entre las principales funciones que se desarrollaron en este comité se pueden señalar: la investigación previa y selección

de los artistas junto a las demás integrantes; el envío de la carta de presentación del evento y de las pautas de entrega de las obras; el seguimiento constante a los artistas sobre los avances de las piezas a entregar; la recolección de las propuestas a presentar y los requerimiento de montaje de cada pieza; la coordinación de todos los recursos necesarios específicos para el montaje adecuado de las piezas, tales como podios, instalaciones eléctricas, marcos, clavos y demás materiales de producción; el asesoramiento por parte de profesionales sobre la curaduría de las obras; la recolección de los datos para la ficha técnica y posteriormente, la recepción de todas las piezas en la fecha estipulada. Además de esto, este comité se encargó de realizar el levantamiento en 3D para la disposición de las obras y del orden que tendrían las piezas según la adecuada curaduría.

Otra de las labores de este comité consistió en la convocatoria y seguimiento de las agrupaciones musicales, así como la recolección de los riders técnicos y selección de temas por parte de las bandas, con la finalidad de evitar que se repitieran entre ellos. **(VER ANEXO D).**

Identidad y comunicación: la integrante encargada de esta comisión fue Marian Ferrer y su rol principal consistió en la supervisión de la creación adecuada del concepto, imagen y mensaje del evento, así como su difusión y convocatoria a través de los medios. Las principales funciones que se pueden señalar dentro de este comité son: la investigación y recolección de opciones para el nombre y eslogan de la iniciativa; la búsqueda de elementos y opciones para el logotipo del evento; y la realización, en compañía de un diseñador gráfico, del logo, así como la elección de sus colores, disposición y elementos. Una vez seleccionado el logo y nombre del proyecto, el comité se encargó de la investigación y selección de los mensajes claves que debían tener las comunicaciones gráficas del evento, así como el diseño de las mismas junto a un diseñador gráfico; y la adaptación de esta comunicación gráfica a los distintos medios. A nivel de plan de comunicación

este comité se encargó de la planificación de mensajes a resaltar en la comunicación del proyecto, la creación y promoción a través de las redes sociales, la redacción de la nota de prensa de la iniciativa, la recolección de contactos de los distintos medios, la convocatoria a los mismos, el seguimiento a la convocatoria, la coordinación de entrevistas y coberturas del evento de acuerdo al target y la atención de los medios el día del evento.

Logística y proveedores: la integrante encargada de esta comisión fue Marisabel Van Der Biest, su rol principal consistió en la supervisión y manejo de todos los aspectos de la logística del evento, así como la comunicación y selección de los proveedores para el mismo. Entre las funciones principales de este comité se pueden señalar a nivel de logística: la investigación y coordinación de todos los recursos necesarios para el montaje y desarrollo de cada una de las disciplinas del evento, que van desde la locación para la iniciativa hasta las necesidades de cada uno de los artistas; la elaboración del cronograma del montaje y del evento como tal; la selección del equipo de producción y protocolo, así como su supervisión; la coordinación de la tabla de tiempo para las distintas fases del proyecto; la realización de la solicitud de los permisos pertinentes en la Alcaldía de Sucre, tales como el expendio de licores y el manejo de todos estos elementos el día del evento. A nivel de proveedores esta comisión se encargó de la investigación y selección de los proveedores adecuados, la recolección de cotizaciones para ser consideradas en el presupuesto final, el seguimiento de los proveedores, la elaboración del cronograma de montaje el día anterior al evento, la supervisión de la recepción adecuada de los productos y el pago de todos los servicios.

3.5 Participantes:

Para la galería creativa de “Al arte le dan Sabana”, se realizó una investigación previa para determinar qué disciplinas y cuáles artistas llenarían los espacios del galpón 17 en el Centro de Arte Los Galpones para la exposición a realizar.

En los inicios de la investigación, se determinaron cuáles eran las disciplinas artísticas de más peso y de mayor interés, lo cual se logró mediante el estudio descriptivo mencionado anteriormente. **(VER ANEXO C)**. A continuación se eligieron 8 disciplinas: pintura, escultura, diseño de moda, fotografía, diseño gráfico, artes culinarias, diseño industrial y música. Cada una de las cuales aportaría un ángulo artístico diferente en relación a un mismo individuo: Simón Díaz.

Se consideró de suma importancia la elección de los artistas, pues estos participantes y sus obras determinarían en gran porcentaje el éxito de la galería como tal, por lo cual se ejecutó un proceso de selección sumamente objetivo, tomando en cuenta la calidad del trabajo de cada artista y el estilo de expresión de cada uno. De igual manera, se contempló un número de artistas determinado según el espacio total de la galería, puesto que cada pieza debe poseer un espacio suficiente para su correcta percepción y disfrute. En base a estas variantes se llegó a un número ideal de 30 obras.

La elección de los participantes fue de la mano con la filosofía del evento. Se quiso convocar expositores que pudieran representar en su estilo artístico personal, una imagen fresca e innovadora del homenajeado, por lo que se fusionó a artistas de diferentes escuelas, estilos y técnicas en cada una de nuestras disciplinas, de manera que cada espacio resultara variado para el ojo humano y sumamente enriquecedor a nivel artístico.

En cuanto a la logística de los artistas expositores, se envió una carta de presentación del evento que contenía los parámetros que debían seguir para la ejecución de la pieza, especialmente creada para la exposición, así como la fecha de entrega de la misma. Se les solicitó a los artistas que adicional a la obra entregaran una breve explicación sobre la inspiración de la misma, que sería expuesta en la ficha técnica de la pieza. **(VER ANEXO E)**.

En pintura se seleccionaron 6 artistas, cada uno representando un estilo extremadamente marcado, peculiar y propio. Entre los pintores se convocaron: Alfredo Martínez, Corina Briceño, Armando Zullo, Elisa Abadí, Gustavo Fernández y Mario Gómez. Todos los expositores poseían personalidades artísticas distintas, en primer lugar por su rango de edad y su madurez profesional. **(VER ANEXO F).**

Por otra parte, se eligieron cuatro escultores que resaltarán lo más figurativo de Simón Díaz sobre superficies de madera, acrílico y plástico, con diferentes técnicas entre las cuales se encuentran tallado y modelado en cerámica polimérica. Los escultores seleccionados fueron: Andrés Celis, Andreina Acero, Jesús Pastore y Daniel Velasco. Cada uno de los ellos brindaría una visión artística distinta sobre Tío Simón en tercera dimensión. **(VER ANEXO F).**

Las fotografías fueron proporcionadas por dos estudiantes elegidas previamente de la Universidad Monteávila y dos fotógrafos externos. Se quiso dar oportunidad a estudiantes de la universidad de mostrar su trabajo fotográfico en espacios donde se aprecia en gran manera el arte. Estos fotógrafos fueron Andreina Rivas Lampe (Universidad Monteávila), Cristina Tovar (Universidad Monteávila), Cassandra Flores y Edson Smitter (fotógrafo de la marca Perinola HG). Dichos fotógrafos, cada uno con técnicas y estilos fotográficos distintos, llevó el concepto de Simón Díaz a una tendencia joven e innovadora. **(VER ANEXO F).**

En diseño de moda se convocaron distinguidas diseñadoras de moda del ámbito caraqueño como Valentina Gordon, Eugenia Toth, Helena Gil, Lucie y Constanza Oquendo. Se buscó que cada una de las anteriores llevara la imagen del llano a un nivel sumamente elegante, moderno e interesante. Las obras de dichas diseñadoras serían expuestas en la galería en maniqués de moda. **(VER ANEXO F).**

Entre las disciplinas se encontró también el diseño industrial. En esta categoría se seleccionaron dos diseñadores: María Carolina Neira y Carlos Weil

(estudiante de la Universidad Monteávila) que le dieran al concepto del homenajeado una orientación funcional. **(VER ANEXO F).**

Diseño gráfico abarcaría las obras de tres participantes: Iván Almaral, Andrea Montes de Oca y Fernando Rodríguez, ganador de un concurso realizado en la escuela de diseño Centro Art, especialmente con ocasión de la exposición. En esta disciplina se quiso dar un giro más moderno a la figura de Simón Díaz y representar el talento de nuevas generaciones. **(VER ANEXO F).**

Por el lado de artes culinarias, se buscó fusionar la comida criolla venezolana con el homenajeado, dándole un toque innovador, lleno de textura y sabores. Para este trabajo se decidió incluir a 3 chefs con sus respectivos equipos. Se contó con la participación de Anneliese Mayorca, María Elisa Römer, de la mano con el Instituto Culinario de Caracas, y Katherine Van Der Biest. **(VER ANEXO F).**

Se finaliza la lista de disciplinas con las bandas musicales, las cuales elegirían una canción de Simón Díaz y harían una versión de acuerdo a su estilo musical propio, haciéndola suya y dándole un toque más alternativo. Este grupo está conformado por bandas emergentes del ámbito musical venezolano, entre las cuales se presentaron Rafael Rico, Primera Edición, Fuego Montevideo, Nana Cadavieco, OKills, Famasloop y La Vida Bohème. Estas interpretaciones contaron con el permiso y certificación de Bettsimar Díaz, hija y representante del homenajeado. **(VER ANEXO F).**

Resulta importante resaltar, que a la hora de elección de los expositores, se trató de que el grupo en su totalidad fuera variado en cuanto a edades, por un motivo principal. Se deseaba que la imagen de Simón Díaz resultara innovadora y fresca para poder alcanzar una conexión con las generaciones que no vivieron la época cumbre del homenajeado. Por otra parte, se les dio oportunidad a algunos estudiantes de la Universidad Monteávila para demostrar públicamente a un target

sumamente variado, la capacidad y talento que tienen los alumnos en esta universidad tan reconocida por su integridad, profesionalismo e innovación.

3. 6 Patrocinio:

En cuanto al proceso de obtención de patrocinio, se comenzó realizando una investigación sobre las compañías que se apegaban a las características del proyecto a realizar.

Tras realizar la investigación se prosiguió a llevar a cabo una lista con aquellas empresas seleccionadas que se adaptaban a la filosofía del evento y del público asistente. De esta forma se obtuvo un total de 31 empresas, a las cuales posteriormente se le solicitó patrocinio. **(VER ANEXO G)**. Una vez realizada la lista, se elaboró una carta de presentación en donde se hacía una pequeña explicación sobre el evento en general y la cobertura de medios que se obtendría pre, durante y post producción. Se hicieron dos tipos de carta de presentación: una en donde, además de incluir los elementos mencionados anteriormente, se hacía una solicitud de cita para poder exponer en persona todos los beneficios que conllevaba el evento. **(VER ANEXO H)**.

La segunda opción de carta incluía además, planes de patrocinio que representaban propuestas atractivas para la marca. Estos planes de patrocinio se dividían de la siguiente manera: Patrocinante Bronce, de un costo de 20,000 Bolívares Fuertes con beneficio de presencia pre y durante el evento. Patrocinante Plata, por un costo de 40,000 Bolívares Fuertes, al igual con presencia pre y durante el evento pero con mayores beneficios que la categoría anterior. Por último Patrocinante Oro, por un costo de 60,000 Bolívares Fuertes, siendo ésta la categoría con mayores beneficios y presencia de los tres planes. **(VER ANEXO H)**. Los planes de patrocinio se manejaron con total apertura a negociaciones, por lo cual las propuestas concretadas estuvieron caracterizadas por la flexibilidad frente a las opciones originales.

Una vez finalizada la elaboración de las cartas, se prosiguió a realizar una presentación con la finalidad de ser mostrada frente a aquellas empresas que accedieron a la cita de patrocinio. Esta presentación contó con un total de 43 láminas, caracterizada por el predominio de la imagen frente al texto, haciendo de ella un entretenimiento audiovisual, con la finalidad de llamar la atención de los representantes de la marca. De acuerdo a lo acordado en dichas reuniones, se prosiguió a hacerle seguimiento, no sólo a aquellas empresas con las que se realizó la cita, sino también a las que sólo se les envió la carta con los montos de patrocinio. Este seguimiento se caracterizó por la constancia y el contacto continuo con las compañías, manejado con el profesionalismo que la circunstancia exigía.

Otra de las labores que se realizaron en el ámbito de patrocinio, fue la creación de una propuesta dirigida a una de las marcas contactadas. La propuesta dirigida se elaboró a la empresa Faber Castell. La misma, además de proporcionar los beneficios convencionales presentados anteriormente, estaría también constituida por un stand de la compañía con sus productos y de la interacción directa de los clientes con la marca. **(VER ANEXO I).**

De acuerdo al seguimiento y a las propuestas ofrecidas por las empresas, se seleccionaron patrocinantes acorde a filosofía, las características y necesidades del evento. Los tipos de patrocinios que se concretaron, pueden ser divididos de la siguiente manera:

Respecto a intercambio directo de carácter monetario los patrocinantes fueron Faber Castell y Cuadernos Alpes.

En cuanto a intercambio de productos, servicios o proveedores, se seleccionó a Cerveza Solera, Vinos Pomar, Radar de la Mega, Entertainment Business Group (EBG) y Centro Art Escuela de Diseño.

Por otra parte los medios de comunicación que se manejaron con carácter de patrocinio fueron Agencia Carabobeña de Noticias (ACN), Hoy que hay y La Mega Estación.

3.7 Logística:

3.7.1 Diseño y materiales artistas: el diseño de la disposición de las obras contó con la asesoría de María Carolina Neira, diseñadora de interiores, y la curaduría de Jesús Pastore, escultor y director de la escuela de diseño Centro Art. Se levantó un plano en 3D en Google Sketch Up para visualizar la disposición de las piezas. **(VER ANEXO J)**. Se diseñó un recorrido por disciplina, dándole libertad al público asistente a recorrer la galería de la forma como mejor lo deseara. En la entrada se dispuso el sonido dirigido, junto a los objetos de Simón Díaz para causar un impacto inicial en los asistentes y reflejar la importancia del personaje alrededor del cual gira la exposición. El espacio se distribuyó de manera que las personas pudieran disfrutar de las piezas, y al mismo tiempo ver los grupos musicales de una manera cómoda en el momento de las presentaciones. Se decidió separar el lado artístico y el lado musical y operativo del evento para conservar la armonía y sobriedad de la exposición.

Para el adecuado montaje de las diferentes disciplinas de la exposición se necesitó la coordinación de distintos recursos adaptados a cada una de las piezas. Para las esculturas se elaboraron seis podios iguales. En cuanto al diseño de moda se buscaron cinco maniqués y un podio para exhibir la cartera. Para las artes culinarias se coordinó la obtención de todos los indumentos para la preparación y servicio de las degustaciones. Adicionalmente se compraron materiales de producción y herramientas necesarios para el montaje general del evento.

3.7.2 Material gráfico exposición: se diseñaron distintos rótulos para acompañar la decoración de la exposición. Se hicieron dos rótulos del logo del evento, un rótulo de un árbol para el fondo de la tarima, dos del nombres del evento, uno con

los logotipos de los patrocinantes, uno para escuchar el sonido dirigido y uno con una estrofa de la canción “Caballo Viejo”. Adicionalmente se elaboró un bastidor de prensa con los logos del evento y de los patrocinantes para las entrevistas a medios, el día de la exposición. **(VER ANEXO K).**

3.7.3 Permisos: en vista que en la exposición se vendería alcohol, se procedió a tramitar los permisos pertinentes en la Alcaldía de Sucre, tales como el expendio de licores. Se procedió a coordinar con la locación la obtención de los recaudos necesarios que debe tener el lugar para obtener el expendio, y una vez presentados estos en la Alcaldía, se procedió a pagar 5 unidades tributarias correspondientes al permiso deseado. **(VER ANEXO L).**

3.7.4 Valet parking: en acuerdo con lo establecido por la locación, se cotizó y contrató el servicio de *valet parking* para el día del evento. En la cotización se tomó en cuenta el total de personas estimadas que asistirían a la exposición y el horario de la misma. Se acordó un total de once parqueros y cuatro personas de seguridad que custodiarían los carros en el estacionamiento anexo que ofreció la compañía de. El servicio funcionaría de manera gratuita para el público a lo largo de toda la exposición.

3.7.5 Seguridad: tomando en cuenta el valor de las obras, el concepto del evento y la cantidad de público asistente, se procedió a cotizar y contratar un servicio de seguridad que custodiara el buen desarrollo de la exposición y la integridad de las piezas expuestas. Se acordó un total de cuatro personas de seguridad que se mantendrían a lo largo de todo el evento dentro y fuera del galpón en como medio preventivo. Adicionalmente se contrató un servicio de postes separadores, los cuales se instalarían por el equipo de protocolo al momento de las interpretaciones musicales para proteger las piezas y evitar accidentes.

3.7.6 Protocolo: el equipo de protocolo se formó en base a un estudio de las necesidades logísticas del evento. Se decidió un número total de once personas que ayudarían en la producción de la exposición. Este equipo fue seleccionado entre estudiantes de distintas universidades que tuvieran experiencia en producción de eventos. **(VER ANEXO M)**. La vestimenta elegida para el equipo de protocolo se hizo en base al concepto del evento: pantalón caqui, zapatos cómodos y camisa blanca, acompañado de la debida identificación con un carnet de producción. Se organizó un refrigerio para todo el equipo de producción dispuesto en el área de *catering*. Las posiciones y funciones principales del equipo de protocolo se dividieron de la siguiente manera:

- **Entrada:** la persona designada en esta posición se encargaría de recibir al público asistente y entregar el folleto del evento, junto a la encuesta de satisfacción y verificar la entrega de la misma a la salida del evento. Adicionalmente estaría encargada de coordinar la entrada y salida de personas en caso de haber mucha concurrencia de público.
- **Exposición:** la función principal desarrollada en esta posición, ocupada por dos personas, sería la supervisión del desarrollo de la exposición dentro del galpón, la vigilancia del buen estado de las obras, y la medición de la cantidad apropiada de gente que podía estar dentro de la exposición de acuerdo a normas de seguridad.
- **Barra:** se dispuso a dos personas encargadas de la supervisión de la apertura de cajas de cerveza, vino y agua en la barra, el adecuado funcionamiento de la misma, la supervisión de las finanzas manejadas y la coordinación del pago a Empresas Polar al finalizar el evento.
- **Medios:** el rol de la persona encargada de esta posición sería el recibimiento y atención a los medios que asistieran a cubrir el evento, la entrega de nota de prensa a los mismo que la desearan y la recolección de los contactos que permitieran hacer seguimiento a la cobertura y publicación del evento.
- **Supervisión degustaciones:** se dispuso a dos personas encargadas de la supervisión de las necesidades, el cronograma, la puntualidad y el desarrollo

adecuado de las dos degustaciones pautadas en el evento, así como el brindis y el refrigerio para protocolo.

- **Bandas:** la función principal de esta posición consistiría en el contacto directo con los músicos, la puntualidad de las presentaciones y atender cualquier necesidad o inconveniente que se pudiera presentar en esta materia.

- **Supervisión técnica:** para esta función se dispuso a dos personas encargadas de todos los aspectos técnicos de la exposición, tales como iluminación, sonido, consola, instrumentos, etc. Se contrató un director técnico encargado de supervisar el montaje de los equipos anteriormente mencionados, así como su buen funcionamiento durante el evento. Adicionalmente se contó con la supervisión de una persona de protocolo, experta en la producción de eventos.

3.7.7 Refrigerio: para el público asistente a la exposición se realizaron dos degustaciones inspiradas en Simón Díaz, hechas por dos grupos de chefs en momentos diferentes del evento de manera que la mayor cantidad de público pudiera disfrutar de alguna de las degustaciones. Se acordó con la locación la disposición de un área fuera del Galpón que se acondicionaría por las organizadoras para la preparación de las degustaciones, las cuales serían llevadas al público por cuatro mesoneros contratados para el servicio. La primera degustación estuvo constituida por un menú de tres abre bocas con un total de 350 unidades, realizados por la chef Anneliese Mayorca. La segunda degustación estuvo constituida por un menú de tres abre bocas con un total de 450 unidades, realizada por la chef María Elisa Römer. Adicionalmente se organizó una degustación de mini ponquecitos inspirados en sabores venezolanos, presentados a manera de obra de arte dentro del galpón, que se mantendría durante toda la exposición, elaborados por Katherine Van Der Biest.

Las bebidas se manejaron por medio del acuerdo de patrocinio con Empresas Polar a través de la venta a consignación, en el cual se ofreció un total de 70 cajas de cerveza, 10 cajas de vino y 30 cajas de agua a consignación, que podrían ser compradas en la barra de la marca dentro del galpón a un precio de

10 Bs.F. la cerveza, 20 Bs.F. la copa de vino y 10 Bs.F. el agua. Se acordó que todos los implementos necesarios para la venta de bebidas corrieran por parte del patrocinante. La venta de las bebidas se realizó para costear los gastos incurridos por Empresas Polar tales como el producto, el hielo, las copas y los vendedores.

3.7.8 Decoración: una vez levantado el croquis en 3D de la exposición se procedió a coordinar todos los detalles que debía tener la decoración del evento. Para este tema se contó con la asesoría de una de las artistas participantes, María Carolina Neira, quien ayudó a organizar un concepto de decoración apegado a elementos resaltantes de la sabana, que a la vez mantuviera un estilo sobrio y minimalista, de acuerdo a la elegancia del proyecto. En base a esta propuesta se manejó el diseño de la tarima en donde se presentarían los grupos musicales, la cual reflejaba la sabana con su respectivo pasto, su árbol hacia el horizonte, sus sillas rústicas y una bandada de turpiales hechos en origami. Adicionalmente se diseñaron las fichas técnicas de las piezas, así como los rótulos que se dispusieron alrededor de la exposición.

3.7.9 Equipos audiovisuales: para el desarrollo adecuado de todas las disciplinas de la exposición se contrataron distintos proveedores de servicios audiovisuales. Para la iluminación de las piezas expuestas se dispuso la instalación de luces pares de veinte en el techo, orientadas de manera que las obras tuvieran una buena exposición. Para las interpretaciones musicales se contrató un sistema de sonido acústico, con su respectivo backline, consola y operador. Se contó además con un televisor, ubicado en la entrada de la exposición, en el cual se proyectaron imágenes de los momentos más importantes en la vida de Simón Díaz. Adicionalmente se contrató un sistema de sonido dirigido que se encontraría en la entrada del galpón en donde se expondrían ciertos objetos de Simón Díaz. Este sistema está dispuesto como un panel de sonido, el cual narra la historia de cada uno de los objetos con la voz de Bettsimar, la hija de Simón Díaz.

3.7.10 Obsequios: se planificó la entrega de unos obsequios de agradecimiento para los artistas y bandas participantes, los cuales serían entregados el día del evento. Se compraron un total de 30 cuatros artesanales de tamaño miniatura, los cuales se pintaron de blanco. A continuación se procedió a serigrafiar el logo del evento en el reverso de los cuatros y se pintó la cara de los mismos con manchas de pintura multicolores. **(VER ANEXO N).**

3.8 Programa del evento

El programa del evento se realizó en base a 9 horas de apertura de la galería. El horario estuvo comprendido desde las 11:00 A.M. hasta las 8:00 P.M. Se organizó la distribución del cronograma en base a la rotación constante del público de manera que todas las personas que asistieran a distintas horas pudiesen disfrutar de actividades variadas.

Se comenzaría el programa con la apertura a las 11:00 A.M. en donde el público pudiera disfrutar directamente del arte, ambientado con música del Cantautor Simón Díaz. La exposición continuaría de esta forma hasta las 2:30 P.M. en donde se comenzaría la degustación de la Chef Anneliese Mayorca acompañado por unas palabras.

El cronograma de presentación de las bandas se manejó en dos bloques como parte de la organización, para evitar la saturación de personas dentro de la galería. Las bandas se dividieron en dos grupos de acuerdo a su trayectoria. El primer conjunto estaría conformado por Rafael Rico, Okills y Fuego Montevideo. Las presentaciones se llevarían a cabo desde las 4:00 P.M. El segundo bloque estuvo conformado por: Nana Cadavieco, Primera Edición, Famasloop y La Vida Bohème cuyas presentaciones se llevarían a cabo desde las 6:40 P.M. En el intermedio de los bloques de las bandas se llevaría a cabo la segunda degustación dirigida por la Chef María Elisa Römer a las 5:00 P.M. Por otra parte,

la distribución de los mini ponquecitos de la Chef Katherine Van Der Biest, se dio de forma constante durante toda la duración del evento.

Dentro del cronograma también se planteó la realización de un brindis en el intermedio de la segunda degustación, el cual estaría acompañado por un discurso dado por Bettsimar Díaz, hija del cantautor. Al finalizar el segundo bloque de bandas se daría el cierre oficial de la galería, en donde se procedería con el desmontaje por parte de algunos proveedores y la distribución de ganancias con Cerveza Solera y Vinos Pomar. **(VER ANEXO Ñ).**

3.9 Identidad gráfica:

3.9.1 Nombre del evento:

Para el nombre del evento se realizó un proceso de lluvia de ideas en donde se creó una lista con posibles opciones que se relacionaran con el concepto del evento. Una vez realizada la lista se llevó a cabo el análisis de los posibles nombres, para así proseguir con el proceso de selección. Se contó con un total de diez nombres, y de allí se descartaron por votación hasta llegar a los tres de mayor preferencia, los cuales fueron: “Arpa plástica, pincel folklórico”, “Tintas, tonos y tonadas” y “Al arte le dan Sabana Mi querencia a Tío Simón”. Tras un proceso de votación y de consultas con personas ajenas al proyecto, se decidió de forma unánime: “Al arte le dan Sabana, Mi querencia a Tío Simón”, siendo el primero el nombre y el segundo el slogan. Se llegó a esta decisión debido a que el nombre representaba el darle rienda suelta a la imaginación, para que de esta forma, tanto los artistas participantes como el público asistente, sintiese la libertad y la amplitud de la sabana directamente relacionado con el desboque del arte y la creatividad. Además el slogan “mi querencia a Tío Simón” representaba la forma en cómo los artistas y el público le rendirían tributo a Simón Díaz, ya sea por las obras por parte de los artistas, o con la presencia por parte del público en la exposición.

3.9.2 Logotipo:

El logo se creó en base al nombre y al concepto del evento. De la mano de una diseñadora gráfica, estudiante de la Universidad Monteávila, se hicieron varios bocetos que tuviesen elementos directamente relacionados con Simón Díaz y con la idea del proyecto. Entre la diversidad de propuestas se eligió aquél que mejor representaba la elegancia, el dinamismo y lo innovador del concepto. Además se escogió la tendencia minimalista y moderna porque apelaba al gusto del target. **(VER ANEXO O).**

El logo estaba constituido por tres elementos: icónico, tipográfico y cromático. En el elemento icónico, se ve representado a forma de silueta la figura de un árbol de sabana directamente relacionado con el nombre del evento. Se eligió en forma de silueta porque exaltaba la elegancia y sobriedad que se buscaba comunicar. De las ramas superiores del árbol emergían figuras representativas de las 8 disciplinas escogidas, las cuales resaltaban como modo figurativo de representar la unión de la sabana con el arte. De igual forma estos elementos icónicos se encontraban en silueta y buscaban resaltar la simbiosis que quisimos reflejar entre el elemento de la cultura venezolana, como lo es la figura de Simón Díaz, con los elementos de innovadores y creativos de las nuevas generaciones.

El elemento tipográfico contó con 3 tipografías distintas. Para la frase “al arte le dan” se utilizó Futura Médiun en mayúscula. Dicha tipografía se eligió por representar elegancia, sobriedad y simplicidad. La palabra “Sabana” está en tipografía Jump Start en mayúscula. Esta fuente contrasta con la anterior porque representa la imperfección que simula al mismo tiempo la perfección de la naturaleza, del arte, de la sabana. Respecto al slogan “Mi querencia a Tío Simón”, se utilizó la tipografía Wc Mano Negra Regular, la cual es amigable porque se presta para que las personas se sientan identificadas con la misma.

En cuanto al elemento cromático, el mismo consistió en 3 colores base. El color más llamativo y dominante fue el negro relacionado con lo que el color representa que es la elegancia, la formalidad, el prestigio y la seriedad. También se eligió el color verde, siendo el mismo un color brillante que contrastaba de forma perfecta con el negro. El verde además representa por excelencia la naturaleza, la naturaleza de la sabana. Es también el color de la armonía, el crecimiento, exuberancia y frescura. El tercer color utilizado fue el blanco, el cual representa la perfección, de la seguridad y la limpieza, la frescura, la simplicidad.

3.9.3 Identidad gráfica:

Como método de promoción del evento, se realizaron dos tipos de afiches que complementaban la identidad gráfica del evento. Como imagen central se utilizó el logo de la exposición como elemento resaltante. Como fondo en el área superior, se utilizó un color azul claro con textura acartonada que representaba la infinitud del cielo, acompañado por un sol de tono amarillo fuerte. En la parte inferior se representó la silueta de colinas rellenas de una textura también acartonada de color verde muy vivo inclinado a tonos amarillentos, haciendo referencia a la naturaleza y a la idea del proyecto. En los dos tipos de afiches se colocó la información más relevante para el público como la hora, fecha, lugar, cantidad de artistas presentes y la referencia a la entrada gratuita. Uno de los afiches presentaba la información expuesta anteriormente y se agregaban las ocho disciplinas con las que se contaría en el evento. El otro tipo de afiche hacía referencia a las bandas, nombrando a cada una de ellas. Este concepto y diseño de los afiches contó con la aprobación del Departamento de Promoción Institucional de la Universidad Monteávila. **(VER ANEXO P).**

Respecto a la tipografía implementada en los afiches se utilizaron, además de las ya expuestas en el logo, Champagne & Limousine Bold que conservaba la elegancia que caracterizaba el logo, KG Like A Skyscraper Bold que armonizaba con la Champagne y mantenía el mismo estilo de sobriedad y minimalismo, y Tiza Regular, la cual era más rústica y gruesa con el fin de resaltar las palabras más

importantes para hacerlo más versátil, manteniendo un equilibrio entre las distintas tipografías utilizadas.

Para la identidad gráfica se realizaron un total de:

- 20 afiches tamaño tabloide del tipo general y 15 afiches de tipo bandas.
- 2 Banners para la pagina Web hoy q hay. **(VER ANEXO P).**
- Un pendón con el mismo arte de los afiches.
- Invitación en digital. **(VER ANEXO P).**
- 600 Trípticos que contenían la ficha técnica de los artistas participantes y una breve descripción sobre el evento. **(VER ANEXO P).**

3.10 Presupuesto

Para las finanzas del proyecto se elaboró un presupuesto con todos los costos de los servicios y productos que se requerían. Con la finalidad de mantener el orden del mismo, el presupuesto fue manejado únicamente por la comisión de Finanzas y Patrocinio, llevado por Eugenia Valero. Para la elaboración del presupuesto final, se contactó a distintos proveedores y se eligieron los más accesibles pero que al mismo tiempo mantuvieran la calidad necesaria acorde a la elegancia y particularidad del evento. **(VER ANEXO Q).**

3.11 Promoción y comunicación:

En base al target del evento se realizó un plan de medios, enfocado principalmente en la promoción y conocimiento de la exposición por parte del público de una forma atractiva, para lograr la atención y asistencia del mismo. Se apeló al lado emocional del público, a través de los sentimientos de orgullo y nacionalismo que puede inspirar la figura homenajeadada, así como a través de Bettsimar, la hija de Simón Díaz, la cual impulsó y dio mayor crédito al proyecto.

Como plan de medios sugerido se realizaron entrevistas y publicaciones en medios masivos y alternativos. Se pautaron entrevistas en medios que se adaptaran al target de la exposición y se elaboró una nota de prensa para difundir en los medios de comunicación. Se contó con el especial apoyo de Hoy que Hay, la Mega Estación 107.3 FM y la Agencia Carabobeña de Noticias por ser patrocinantes de la exposición. **(VER ANEXO R).**

Es importante resaltar que adicional al plan de medios sugerido por las organizadoras se obtuvo el apoyo de diversas páginas Web, emisoras de radio y cuentas de Twitter de medios o personas influyentes, debido a la gran receptividad y apoyo que recibió el evento, así como la publicidad externa que realizó del evento Bettsimar Díaz, hija del cantautor homenajeado. Bettsimar, al ser una figura pública e importante en el país, quien además se vio profundamente halagada por el proyecto, se encargó de proyectar la exposición por medios ajenos a las organizadoras. Esta cobertura de medios fue tanto pre-evento, como en el día del evento. **(VER ANEXO S).**

3.11.1 Medios Alternativos

El método de promoción y comunicación se enfocó principalmente en el uso de redes sociales, ya que éstas son los medios más efectivos de acuerdo al target seleccionado. Se creó la cuenta de Twitter: @arteledansabana y la página en Facebook: Al arte le dan Sabana. Se logró un total de 709 seguidores en Twitter y 1.094 “Me gusta” en Facebook. La información se manejó de igual forma en ambas redes. Lo publicado en Facebook tenía concordancia con lo publicado en Twitter, controlado a través del programa Hootsuite. El contenido que se colocó estuvo constituido por diversos temas, tales como: datos curiosos y noticias de Simón Díaz, promoción de participantes, difusión de las entrevistas realizadas a las organizadoras, menciones de los patrocinantes de carácter promocional, información específica y detallada del evento, etc. Las redes sociales también se utilizaron como medios de contacto directo con la audiencia, en caso de dudas, preguntas o inquietudes. **(VER ANEXO T).**

Adicionalmente se envió la nota de prensa de la exposición a diversas páginas Web de medios de comunicación relacionados al target para ser publicadas en las mismas y así alcanzar de un mayor conocimiento y exposición del evento **(VER ANEXO U)**.

3.11.2 Medios Masivos

En cuanto a los medios masivos se tomó la decisión de enfocarse en radio y televisión, ya que son los dos medios que más consume el target de la exposición. Se pautaron entrevistas radiales a través de las tres semanas de promoción del evento en fechas divididas de una manera en que el mensaje fuera constante y causara recordación por parte del público. Se realizó un especial énfasis en emisoras que se identificaran con el target del evento, así como en aquellos que participaron como patrocinantes de la exposición. **(VER ANEXO DIGITAL A)**

En el ámbito televisivo se recibió el apoyo del canal Globovisión por medio de dos entrevistas realizadas en programas específicos, asociados al concepto del evento tales como “Mujeres en Todo” y “Buenas Noches”. **(VER ANEXO DIGITAL B)**. Adicionalmente el canal realizó la cobertura del evento en dos momentos determinados del día. **(VER ANEXO DIGITAL B)**.

CAPÍTULO 4: EVENTO

4.1 Montaje:

En base a lo acordado con la locación se coordinó el montaje de la exposición para el día sábado 25 de febrero desde las 8:00 A.M. hasta las 11:30 P.M. Para el adecuado desarrollo de este proceso se elaboró un cronograma de montaje que reflejaba el horario en que asistiría cada proveedor, así como la organizadora responsable del montaje de cada una de las disciplinas. **(VER ANEXO V)**. Para el montaje apropiado de las obras se contó con un equipo de quince personas, entre los que figuraban amigos, familiares, diseñadores de interiores y expertos en producción de eventos. El horario se cumplió a cabalidad y a las 11:30 P.M. estaban instaladas a totalidad todas los elementos del evento.

4.2 Evento:

“Al Arte le dan Sabana, Mi Querencia a Tío Simón” contó con un total de 27 obras expuestas en la galería y 3 degustaciones inspiradas en el cantautor dispuestas por disciplinas con sus respectivas fichas técnicas. **(VER ANEXO W)**.

Se tomó la previsión de llegar tres horas antes de la apertura del evento para afinar cualquier detalle o percance que pudiera ocurrir, así como recibir indumentos tales como el hielo y las cavas. Se hizo apertura de la exposición a las 11:00 A.M. A partir de ese momento, y hasta el cierre del evento, la concurrencia de personas dentro de la exposición se mantuvo constante. **(VER ANEXO DIGIAL C)**.

Inicialmente se había previsto una convocatoria de 600 personas asistentes al evento. A medida que pasaron las semanas de promoción de la exposición, la receptividad y aceptación por parte del público fue creciendo de manera exponencial, gracias al mensaje y concepto que se comunicó, así como el cariño que inspira el personaje homenajeado. Tomando en cuenta este impacto, se tomaron las previsiones necesarias para adaptar la logística a la dimensión que

adquirió el evento. Se contrataron parqueros y agentes de seguridad adicionales. Así mismo, se aumentó el inventario de bebidas y degustaciones acorde a la nueva convocatoria, y se le comunicó al protocolo las medidas de seguridad y orden necesarias para mantener la organización durante el evento.

A medida que se fue desarrollando el día se cumplió el programa establecido inicialmente. El horario de mayor asistencia por parte del público estuvo comprendido entre las 2:00 P.M. y las 5:00 P.M. En vista de la cantidad de personas acumuladas, se tomó la previsión de formar una fila afuera del galpón controlada por el equipo de protocolo y seguridad. La logística consistió en permitir la entrada de personas en proporción a la cantidad que salía del galpón, manteniendo siempre un número apropiado de público dentro de la exposición, apegado a las normas de seguridad y organización.

A las 12:00 P.M. se inició la preparación de la primera degustación, la cual se sirvió al público por los mesoneros a las 2:30 P.M. acompañada por unas palabras de explicación del menú por parte de la chef. La logística se manejó de manera que los abrebocas sólo fueran servidos dentro del galpón a las personas que disfrutaban la exposición y que hubiera una rotación constante de servicio.

Una vez finalizada la primera degustación se procedió a iniciar la preparación de la segunda degustación a las 3:00 P.M. Paralelamente se inició el montaje del primer bloque de agrupaciones musicales a las 4:00 P.M. el cual incluyó la preparación del sonido y la colocación de los postes de seguridad alrededor de las piezas expuestas. A las 5:00 P.M. se procedió a servir la segunda degustación con la misma logística con la que se realizó la primera.

A continuación se procedió a iniciar la preparación del brindis a las 6:00 P.M. el cual se sirvió al público dentro de la exposición a las 6:30 P.M. El brindis estuvo compuesto por unas palabras por parte de las organizadoras, seguidas de

un pequeño discurso por parte de Bettsimar Díaz, hija del homenajeado. Seguidamente se dio inicio al segundo bloque de interpretaciones por parte de los grupos musicales, el cual se mantuvo hasta las 7:40 P.M. Para finalizar el evento se expresaron unas palabras de agradecimiento por parte de las organizadoras y se dio cierre a la exposición a las 8:00 P.M.

Finalizada la exposición se procedió al desmontaje de la iluminación y sonido, así como el cierre administrativo con nuestro patrocinante de bebidas. El evento se desarrolló durante todo el día acorde al cronograma planteado sin ningún inconveniente y con total receptividad por parte del público. En el ambiente se pudo apreciar emoción y alegría por la iniciativa, recibiendo excelentes comentarios positivos en cuanto a la iniciativa reflejado en las encuestas de satisfacción.

Se pautó el desmontaje de la exposición para el lunes 7 de febrero desde las 10:00 A.M. hasta las 4:00 P.M. Para el adecuado desmontaje de las piezas se contó con un equipo de diez personas, que colaboraron con el desmontaje y envoltura y traslado de las piezas y los elementos utilizados en la exposición. Los proveedores faltantes asistieron a desmontar y recoger sus productos y finalmente se procedió a la limpieza del galpón. Posteriormente se procedió a coordinar la devolución de las obras a los artistas, así como enviar las cartas de agradecimiento a expositores y patrocinantes. **(VER ANEXO X)**.

CAPÍTULO 5: POST-EVENTO

El total de personas asistentes a la exposición fue de 1528. Para validar el éxito del evento se realizó una evaluación descriptiva por medio de una encuesta entregada al público asistente, a través de la cual se podría evaluar la percepción y opinión acerca de la calidad y organización de la exposición. La encuesta arrojó resultados excelentes analizados a continuación. **(VER ANEXO Y).**

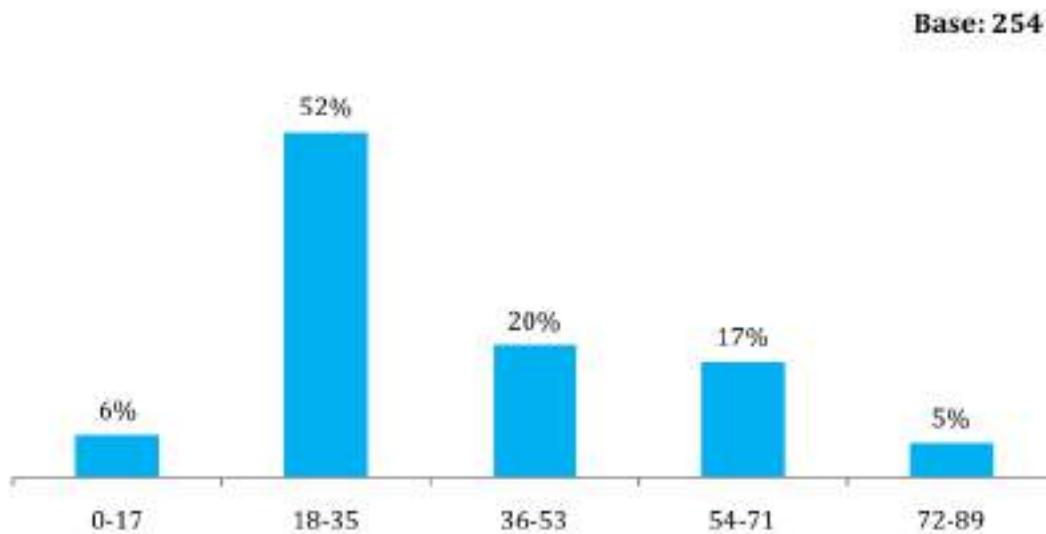


Figura 4. Rango de edades asistentes al evento.
Fuente: elaboración propia.

En el gráfico anterior se puede apreciar que la mayoría de los encuestados se concentraron entre los 18 y 35 años de edad, cumpliendo de esta forma con el target objetivo de la exposición fijado inicialmente. Así mismo se puede observar que hubo un amplio rango de edades en el público asistente al evento, por lo cual se superaron las expectativas de acuerdo al objetivo planteado, demostrando la receptividad que obtuvo la propuesta.

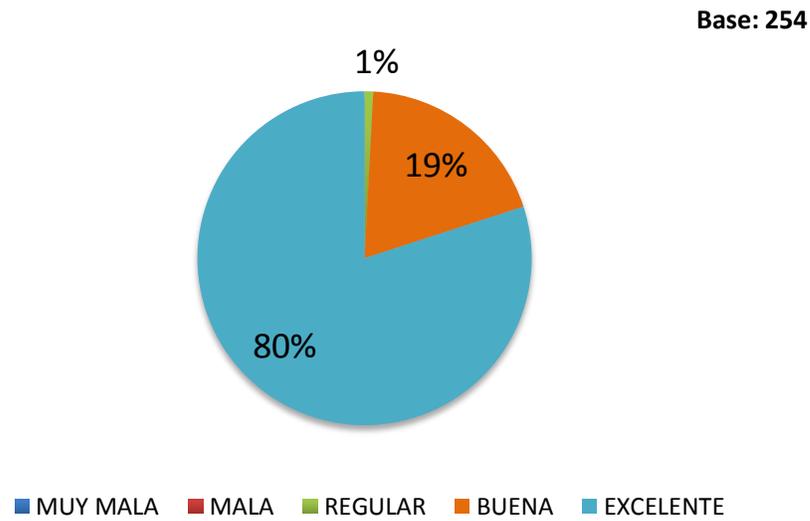


Figura 5. Calidad de organización del evento.
Fuente: elaboración propia.

En el gráfico anterior se puede apreciar que un 80% de los encuestados consideró que la organización del mismo fue excelente, por lo que se puede concluir que la preparación y organización de la exposición fue exitosa y cumplió con las expectativas.

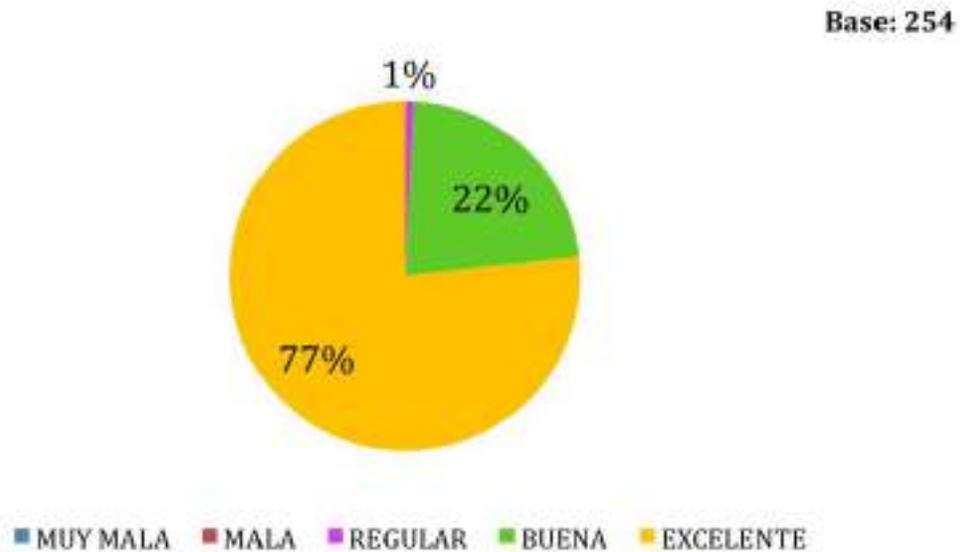


Figura 6. Calidad de los artistas participantes en el evento.
Fuente: elaboración propia.

En la gráfica anterior se puede observar que el 77% de la muestra calificó la calidad de los artistas participantes como excelente. A su vez un 22% la consideró buena, lo que demuestra que el proceso de investigación y selección de los artistas participantes fue de categoría, adecuada, y pertinente.

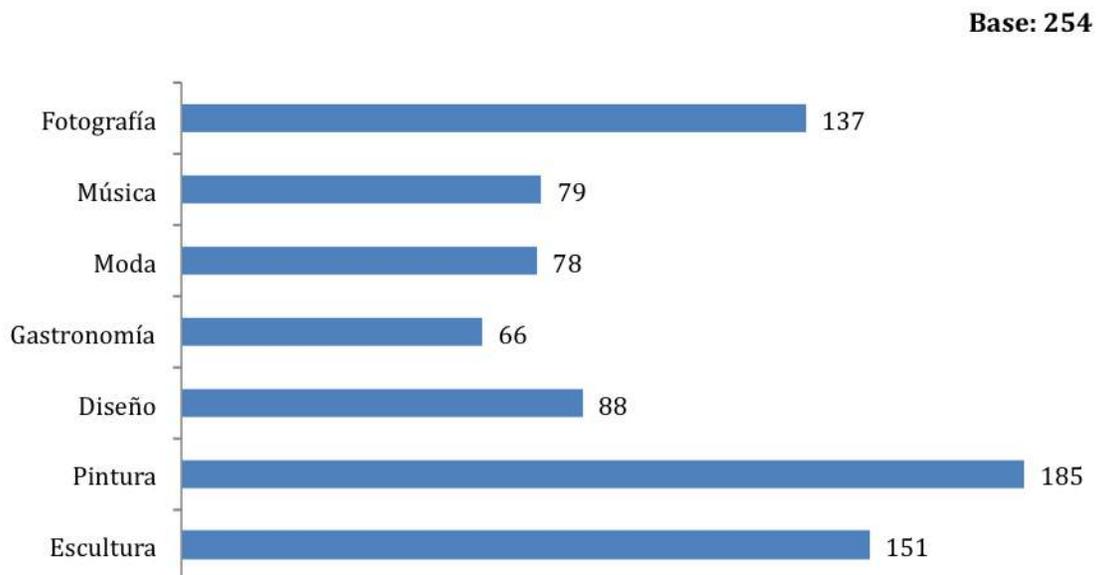


Figura 7. Disciplinas artísticas de preferencia en el evento.
Fuente: elaboración propia.

En base a lo reflejado en la gráfica anterior se puede concluir que la pintura, la fotografía y la escultura fueron las tres disciplinas artísticas de mayor agrado por parte de los encuestados. Por consiguiente se puede observar la adecuada selección de la cantidad de pintores, ya que se conocía que sería la disciplina más atractiva para el público asistente, siendo escultura y fotografía las siguientes respectivamente.

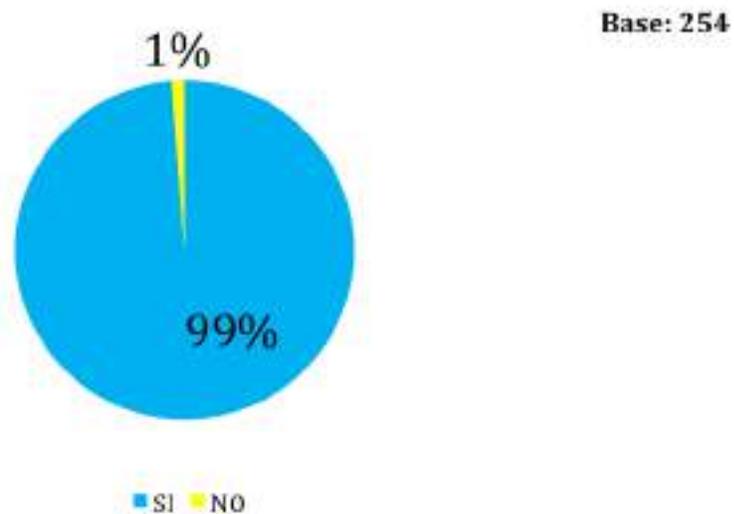


Figura 8. ¿Asistiría a otro evento como éste?
Fuente: elaboración propia.

Como se puede apreciar en el gráfico presentado anteriormente, el 99% de las personas encuestadas participaría de nuevo en un evento de esta naturaleza. Con esto se puede afirmar que el público tuvo una experiencia agradable en el evento y que lo considera como exitoso, por lo que asistirían a otro semejante.

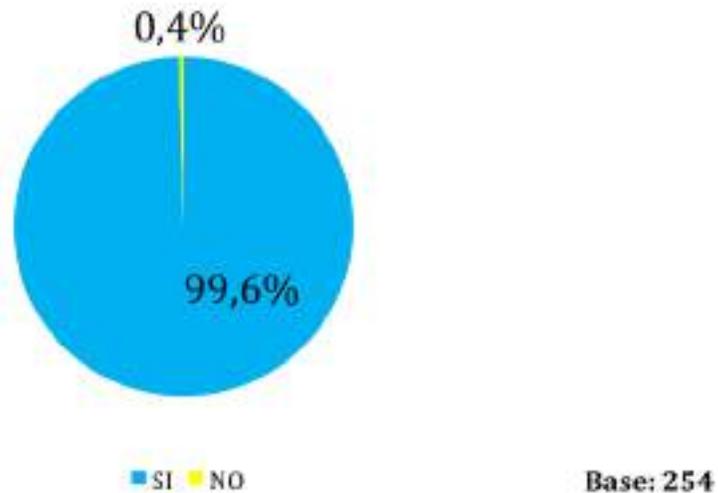


Figura 9. ¿Recomendaría este evento a otras personas?
Fuente: elaboración propia.

En la gráfica anterior se puede apreciar que un 99,6% de la muestra recomendaría el evento a otras personas, por lo que se puede concluir que el público estuvo a gusto con el desarrollo, organización y producción del evento, considerándolo una iniciativa de calidad, la cual no sólo repetiría sino que recomendaría a otros.

En base a todas las consideraciones analizadas anteriormente se puede concluir que el público quedó satisfecho y que sus expectativas fueron cumplidas. Tomando en cuenta las opiniones expresadas por los encuestados se puede inferir que la exposición fue exitosa. No sólo se alcanzaron los objetivos planteados, sino que estos fueron sobrepasados.

CONCLUSIONES

Una vez finalizado este proyecto se puede concluir que los objetivos planteados fueron cumplidos satisfactoriamente. “Al Arte le dan Sabana, Mi Querencia a Tío Simón” fue una iniciativa que reforzó el sentimiento de identidad nacional en las nuevas generaciones a través de una conexión emocional con el público asistente, por tratarse de una propuesta innovadora, fresca y diferente. Esta exposición, además de resaltar la cultura popular venezolana, sirvió como plataforma para dar a conocer el trabajo de artistas venezolanos.

Se logró en la investigación inicial identificar aquellas características resaltantes de Simón Díaz que lograrían establecer una conexión con las nuevas generaciones. Estos elementos se vieron reflejados en las piezas expuestas en la exposición. Su atractivo para los jóvenes se puede apreciar en la gran asistencia del target objetivo a la exposición, así como en las impresiones positivas recogidas en las encuestas de satisfacción.

El concepto creativo desarrollado fue un aspecto clave en la comunicación efectiva del mensaje que se quiso expresar con este proyecto. Un nombre, un logotipo y una identidad gráfica moderna, sencilla y atractiva a los jóvenes fue la base para que se concibiera la exposición como algo innovador, integral y diferente. Este concepto logró que se comunicara un mensaje claro al público que asistiría a la exposición, y generó una alta convocatoria y asistencia al evento, calculada en un total de 1528 personas.

La elección de los artistas se realizó en base al target de la exposición y se buscó combinar distintas disciplinas, escuelas, técnicas, experiencias y edades de manera que hubiera opciones para todos los gustos. Se quiso con esta exposición especialmente impulsar el talento emergente, sobre todo de la Universidad Monteávila, como manera de lograr la simbiosis entre la cultura popular

venezolana y las nuevas generaciones. Adicionalmente se utilizó esta fórmula en la elección de los expositores como una manera de captar al target establecido, el cual no sólo asistió al evento, sino que se vio interesado en comprar varias de las piezas expuestas.

Un esquema de producción organizado, completo y profesional representó el elemento central para poder lograr la adecuada planificación y desarrollo del evento como tal. Una exposición extraordinaria, calificada en las encuestas de satisfacción como un evento de calidad y recomendado a otras personas, fue el reflejo de una producción planificada, y de un excelente trabajo en equipo, que abarcó todos los elementos necesarios para el buen desenvolvimiento de todo el proyecto.

El plan de mercadeo y difusión del evento representó el elemento más importante en cuanto a la convocatoria y asistencia se refiere. Esta planificación se logró mediante la alianza estratégica con medios de comunicación dirigidos al target objetivo, así como por el apoyo de distintas iniciativas juveniles que ayudaron a difundir el proyecto. Se puede decir que el plan de mercadeo y difusión fue un rotundo éxito, debido a que la asistencia total al evento superó las expectativas inicialmente planteadas.

Finalmente se puede concluir que esta iniciativa logró una conexión tal con el público que desencadenó una gran cantidad de comentarios positivos expresados a través de las redes sociales. **(VER ANEXO Z)**. Se puede decir que la impresión más significativa, que refleja lo alcanzado con esta iniciativa, fue aquella emitida por la hija de Simón Díaz a través de la cuenta de Twitter del homenajeado “@Arteledansabana realizó uno de los eventos más conmovedores y trascendentes en la vida de Tío Simón, gracias a sus productoras.”

RECOMENDACIONES

Una vez finalizado este proyecto existen diversos aprendizajes que se pueden concluir y compartir a manera de recomendaciones para futuros proyectos semejantes:

- Al momento de seleccionar la locación, asegurarse de todos los detalles y normas que puedan influir en el evento y dejarlos por escrito.
- Crear contratos por escrito de los acuerdos con patrocinantes y locación que incluyan los compromisos, normas y especificaciones de las dos partes interesadas.
- Solicitar el patrocinio con el mayor tiempo posible de antelación, debido a que estos procesos suelen ser largos y engorrosos.
- Investigar sobre la permisología necesaria para la realización del evento, así como los recaudos necesarios para tramitarlas con tiempo de antelación.
- A la hora de seleccionar los patrocinantes solicitar las propuestas detalladas por escrito antes de tomar la decisión final.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alboukrek, A. (2005) El pequeño Larousse ilustrado. Edición centenario 2005.
México: Ediciones Larousse, S.A de C.V.

- Alvar Ezquerro, M.(1998) VOX Diccionario Avanzado Lengua Española,
Barcelona, España: Biblograf S.A.

- Anónimo (s/f), Concepto de Pintura.
Web: <http://deconceptos.com/arte/pintura>
Fecha de consulta: 12 de febrero de 2012 en la World Wide Web.

- Anónimo, (s/f). Diseño Gráfico.
Web: <http://artesplasticas.ucr.ac.cr/carreras/dgrafico.html>
Fecha de consulta: 12 de diciembre de 2011 en la World Wide Web.

- Anónimo (2009) Definición de artes culinarias
Web: <http://destellos-de-sabor.blogspot.com/2009/08/definicion-de-artes-culinarias.html>
Fecha de consulta: 8 de noviembre de 2011 en la World Wide Web.

- Anónimo, (s/f) Biografía
<http://www.simondiaz.com/espanol.html#>
Fecha de consulta: 30 de octubre de 2011 en la World Wide Web.

- Anónimo. (2011). Glosario de términos.
Web: <http://www.mercadeo.com/glosario.htm#P>
Fecha de consulta: 03 de noviembre de 2011 en la Word Wide web.

- Arellano Cueva, R. (2002). Comportamiento del consumidor. Enfoque América Latina. México D.F: Mc Graw Hill

- Armario, M. (1993). Marketing. España: Editorial Ariel.
- Benassini, M. (2001). Introducción a la investigación de mercados: un enfoque para América Latina. México: Pearson Education de México S.A de C.V.
- Calderón, C. (2002). Conceptos de mercadeo.
Web: <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/concmerc.htm>
Fecha de consulta: 30 de octubre de 2011.
- Chacón García, N. Mi concepto de la fotografía.
Web: <http://www.nikelaos.com/fotografia/intro.htm>.
Fecha de consulta: 28 de enero de 2011 en la World Wide Web.
- Colina, E (s/f) Biografía de Simón Díaz.
Web: <http://www.fundacionjoseguillermocarrillo.com/sitio/musfollsimon.php>
Fecha de consulta: 30 de octubre de 2011 en la World Wide Web.
- Dvoskin, R. (2004). Fundamentos de Marketing. Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.
- Equipo Multilibro, (1997) Diccionario Enciclopédico Enseñanza General Básica. Barcelona, España: Parramón Ediciones. Tomo VI.
- Fernández, A. (2004). Investigación y técnicas de Mercado. Madrid: ESIC Edit.
- Fernández, R. (2001). Segmentación de mercados. México: Cengage Learning Editores.
- Ferrell, O.C / Hartline, M. (2006). Estrategia de Marketing. México: Cengage Learning Editores.

- García, M. (2008). Las claves de la publicidad. Madrid: ESIC Editorial.
- Lacobucci, D. (2002). Marketing según Kellog. Buenos Aires: Javier Vergara editor, Grupo Zeta.
- Lando, L. (2009) Diseño de moda. Conceptos básicos. Canadá: Cambridge BrickHouse, Inc.
- Kinnear, T / Taylor, J. (1998). Investigación de mercados. Un enfoque aplicado. Bogotá: McGraww-Hill Interamericana S.A.
- Kotler, P / Armstrong, G. (2003). Fundamentos de Marketing. México: Pearson Education de México S.A de C.V.
- Kotler, P / Armstrong, G. (2007). Fundamentos de Marketing. Versión para Latinoamérica. México: Pearson Education de México S.A de C.V.
- Mc Daniel, C. / Gates, R. (1999). Investigación de mercados contemporánea. México: International Thomson Editores.
- Primo, D / Rivero, E. (2010). Sé Innovador: Utiliza las claves del marketing para potenciar la gestión de personas. Madrid: ESIC Editorial.
- Real Academia Española, (2001) Diccionario de la Lengua Española. España: Espasa Calpe. Tomo I.
- Ries, A / Trout, J. (1989). Posicionamiento. Madrid: Mc Graw Hill.
- Sarmiento, S. (1998) Enciclopedia Barsa. De consulta fácil. México: Enciclopedia Británica de México, S.A de C.V.

-Schiffman, L. (2005). Comportamiento del consumidor. México: Pearson Education de México S.A de C.V.

-Vega, V. (1993). Mercadeo Básico. San José de Costa Rica: Editorial EUNED.

-Whitehill, K. (2005). Kleppner publicidad. México: Pearson Education.

ANEXO A

Según el portal Web oficial del cantautor, Simón Narciso Díaz Márquez nació el 8 de agosto de 1928 en un pueblo de la zona llanera de Venezuela llamado Barbacoas ubicado en el Estado Aragua. Es considerado como un honorable músico, maestro e intérprete del género popular venezolano. Su infancia se caracterizó por la pobreza, contrastada por el afecto y los valores que lo ayudaron a luchar en la vida. De sus padres obtiene el amor por el trabajo, la perseverancia y el buen sentido del humor. Desde los 11 años comenzó a trabajar en diferentes quehaceres, tales como: vendedor de comida, mensajero de almacén y de leche, becerrero, entre otros.

Se le conoce principalmente por el rescate de la Tonada Llanera, caracterizado por un espíritu melodioso de rasgos incomparables como lo indica la web oficial del cantautor. Por esta razón se dispuso a estudiarla detalladamente y prepararla hasta convertirla en un género musical, a través del cual han podido expresarse grandiosos artistas como Mercedes Sosa, Caetano Veloso, Iván Lins y Joyce, Joan Manuel Serrat, Danny Rivera, Cheo Feliciano, entre otros. Simón Díaz ha participado como actor principal en tres obras de teatro y cinco largometrajes. Además fue productor y conductor de 12 programas de televisión, diseñados para promover la música venezolana.

De acuerdo a la Dra. Egly Colina Marín, en su escrito Biografía de Simón Díaz, éste recibió por su distinguido trabajo como compositor y artista, el más alto reconocimiento que concede el estado venezolano, como lo es la Orden del Libertador en su Orden de Gran Cordón en 1998. Del mismo modo ha representado a su patria, Venezuela, en distintos países como Francia, Inglaterra, Estados Unidos, Panamá, Puerto Rico, entre otros.

Según la Web oficial de Simón Díaz, el cantautor es reconocido internacionalmente por ser el autor de “Caballo Viejo”, el más grande éxito de su carrera, canción que fue escrita por él en el año 1980. Su composición ha sido interpretada por destacados artistas como lo son Julio Iglesias, Plácido Domingo, Armando Manzanero, Oscar de León, entre otros. Como parte de los reconocimientos que recibió por su extraordinaria labor, en el mes de septiembre de 2004, la cadena de televisión A&E Mundo realizó un documental en su programa “Biography” dedicado a su vida y obra. Asimismo en el año 2008, el Maestro Simón Díaz, obtuvo por parte de La Academia Latina de la Grabación Grammy, el Premio a la Excelencia Musical como reconocimiento por su contribución a uno de los legados más significativos para la historia musical del continente.

Indiscutiblemente Simón Díaz es un personaje muy importante, ya que como se expresa en su portal Web representa la imagen de la identidad venezolana. Es considerado un valioso compositor de América Latina, tanto en el ámbito nacional como en el internacional. Por ello, Simón Díaz se ha convertido en un elemento imprescindible en la historia de la música popular.

ANEXO B

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 1. Cronograma de actividades del proyecto.

	Actividad	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo
PRE-EVENTO	Briefing							
	Creación concepto	■						
	Investigación locación	■	■					
	Realización anteproyecto	■	■					
	Visita y selección locación	■	■					
	Realización encuestas pre-evento		■					
	Elección nombre y eslogan		■					
	Creación imagen gráfica		■					
	Investigación artistas	■	■					
	Selección e invitación artistas		■					
	Convocatoria bandas		■	■	■	■	■	■
	Cotizaciones proveedores		■	■	■	■	■	■
	Elaboración presupuesto		■	■	■	■	■	■
	Investigación patrocinio		■	■	■	■	■	■
	Elaboración presentación patrocinantes		■	■	■	■	■	■
	Solicitud de patrocinio			■	■	■	■	■
	Citas patrocinio			■	■	■	■	■
	Elaboración marco técnico			■	■	■	■	■
	Seguimiento artistas			■	■	■	■	■
	Seguimiento patrocinio			■	■	■	■	■
	Elaboración manual de producción			■	■	■	■	■
	Elaboración presupuesto final			■	■	■	■	■
	Selección de patrocinio			■	■	■	■	■
	Elaboración material gráfico promoción			■	■	■	■	■
	Recolección base de datos medios			■	■	■	■	■
	Convocatoria medios			■	■	■	■	■
Entrevistas medios			■	■	■	■	■	
Recolección de piezas			■	■	■	■	■	
Elaboración material gráfico evento			■	■	■	■	■	
Compra y elaboración material producción			■	■	■	■	■	
Elaboración asocietas artistas			■	■	■	■	■	
EVENTO	Montaje del evento						■	
	Evento						■	
	Desmontaje evento						■	
POST-EVENTO	Tabulación encuestas evento y resultados							■
	Entrega manual de producción							■

Fuente: elaboración propia.

ANEXO C

ENCUESTA PRE-EVENTO

1. ¿Conoce usted a Simón Díaz? SI ____ NO ____

2. ¿Considera conveniente hacerle un homenaje a Simón Díaz? SI ____
NO ____

3. ¿Qué tan dispuesto estaría usted de ir a un homenaje de Simón Díaz?

Poco	Puede ser	Interesado

4. ¿Qué géneros/expresiones artísticas le llaman más la atención? (Enumere del 1 al 7 siendo 7 la de **mayor** importancia)

Música _____
 Fotografía _____
 Pintura _____
 Escultura _____
 Moda _____
 Cocina _____
 Diseño _____

5. ¿Estaría dispuesto a pagar por este homenaje? SI ____ NO ____

6. De ser **SI** la respuesta... ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la entrada para disfrutar de este evento?

Entre 30-50 Bs.F.	Entre 60 – 100 Bs.F.	Más de 100 Bs.F.

Rider Técnico:

Artista: Okills

Tema a presentar: El alcaraván

Personas a presentarse: Alberto Arcas, Leonardo Jaramillo, Tony Alda (3)

Hora de montaje: 6:15 P.M.

Hora de presentación: 6:20 P.M.

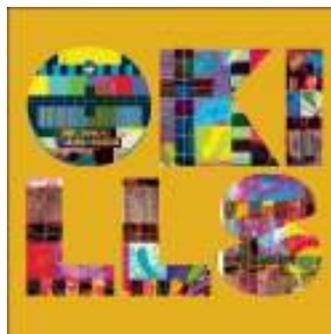
Hora de desmontaje: 6:25 P.M.

Rider (especificaciones):

- 3 Micrófonos para voces
- 2 Guitarras Electroacústicas (estas van por línea directa a la consola).
- 1 Micrófono para la percusión menor (de ser necesario).

Contacto:

Número de Teléfono:	Antonio Aldazoro: 0414-5212516
----------------------------	---------------------------------------



Rider Técnico:

Artista: Fuego Montevideo

Tema a presentar: Tonada de Cabrestero**Personas a presentarse: Carlos Poletto, Luis Fernández y Frank Briceño. (3)****Hora de montaje: 6:30 P.M.****Hora de presentación: 6:35 P.M.****Hora de desmontaje: 6:40 P.M.****Rider (especificaciones): Set acústico****Microfonía:**

-Guitarra acústica: Un **(1)** micrófono de condensador (AKG); en caso de inaccesibilidad alguno tipo SURE SM57.

-Cuatro acústico: Un **(1)** micrófono de condensador (AKG); en caso de inaccesibilidad alguno tipo SURE SM57.

-Percusión: Un **(1)** micrófono para el granadero (Floor Tom) y otro **(1)** tipo SM58 para los shakers (Percusión menor);

-Voz: Un **(1)** micrófono SM58.

TOTAL DE MICROFONOS: 5 micrófonos (Parales para todos los micrófonos).

Equipos:

- Al menos dos monitores.

Contacto:

Número de Teléfono:	Carlos Poletto 04142169311
----------------------------	-----------------------------------



Rider Técnico:

Artista: Nana Cadavieco

Tema a presentar: **Cristal**

Personas a presentarse: Nana Cadavieco, Gabriel Figueira y Diego Álvarez. (3)

Hora de montaje: 6:45 P.M.

Hora de presentación: 6:50 P.M.

Hora de desmontaje: 6:55 P.M.

Rider (especificaciones): Set acústico

- Un micrófono para voz.
- Una Guitarra.
- Parales de micrófono con brazo.
- Microfonía de percusión.

Contacto:

Número de Teléfono:	Mariana Cadavieco: 04241910277
----------------------------	---------------------------------------



Rider Técnico:

Artista: Primera edición

Tema a presentar: Angustia

Personas a presentarse: Ricardo Sosa y Alejandro Abejón (2)

Hora de montaje: 7:00 P.M.

Hora de presentación: 7:05 P.M.

Hora de desmontaje: 7:10 P.M.

Rider (especificaciones):

- 2 micrófonos para voz.
- 2 cajas directas para guitarra
- 2 Parales de micrófono con brazo.

Contacto:

Número de Teléfono:	Ricardo Sosa: 0412-2198658
--------------------------------	-----------------------------------



Rider Técnico:

Artista: Famasloop

Tema a presentar: Luna de Margarita

Personas a presentarse: Alain Gómez, Rafael Urbina (4)

Hora de montaje: 7:15 P.M.

Hora de presentación: 7:20 P.M.

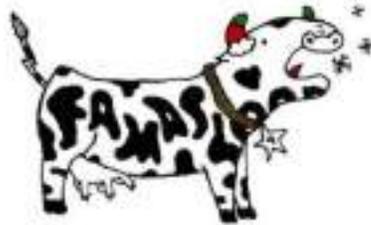
Hora de desmontaje: 7:25 P.M.

Rider (especificaciones):

Canal 1	línea	hipad
Canal 2	línea	lpad
Canal 3	línea	bajo eléctrico
Canal 4	línea	cuatro
Canal 5	línea	kaos pad
Canal 6	línea	kaos pad
Canal 7	línea	Guitarra
Canal 8	mic.	Voz 1
Canal 9	mic.	Voz 2

Contacto:

Número de Teléfono:	Rafael Urbina: 0424-1204573
----------------------------	------------------------------------



Rider Técnico:

Artista: La Vida Bohème

Tema a presentar: **Tonada de Luna Llena**

Personas a presentarse: Sebastián Ayala y Henry D'Arthenay (2)

Hora de montaje: 7:30 P.M.

Hora de presentación: 7:35 P.M.

Hora de desmontaje: 7:40 P.M.

Rider (especificaciones):

- Dos micrófonos para voz.
- Una caja directa para guitarra electroacústica.
- Parales de micrófono con brazo.
- Microfonía para Percusión Menor.

Contacto:

Número de Teléfono:	Luis Guillermo Altuve: 04122606622
---------------------	------------------------------------



ANEXO E

CARTA DE PRESENTACIÓN A LOS ARTISTAS



“Al Arte le dan Sabana”, Mi Querencia a Tío Simón es una iniciativa de proyecto final de carrera organizado por 4 estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Monteávila, quienes buscan con este evento apoyar el talento artístico nacional y hacer un homenaje diferente a una de las figuras más importantes de la cultura venezolana: Simón Díaz.

El evento está constituido por una exposición creativa en donde pintores, escultores, diseñadores gráficos, fotógrafos, diseñadores industriales, chefs y diseñadores de moda presentarán sus obras inspiradas en Simón Díaz, cada una desde su disciplina y estilo artístico. Esta exposición estará acompañada de pequeñas presentaciones acústicas de bandas nacionales, las cuales versionarán las canciones más importantes de este cantautor venezolano.

“Al Arte le dan Sabana”, Mi Querencia a Tío Simón se realizará el 26 de febrero de 2012 en el Centro de Arte Los Galpones, ubicado en Los Chorros y estará abierta para todo público desde las 11 A.M. hasta las 8 P.M. Al evento asistirá la familia de Simón Díaz, así como diversos medios de comunicación.

Apreciamos tu talento y nos encantaría que formarás parte de esta exposición creativa, en la cual buscamos dar a conocer e impulsar el trabajo de

artistas venezolanos. Abajo se presentarán los lineamientos básicos del formato de las obras, totalmente flexibles.

- La obra debe englobar la esencia del personaje, su vida, su legado, etc.
- Los artistas tendrán una persona de contacto con la cual podrán consultar durante el desarrollo de la pieza.
- Las obras pueden estar compuestas por varias piezas.
- Técnica y materiales libres.
- Estaremos recolectando las obras de los artistas entre el 1 y el 12 de febrero de 2012.
- El formato varía según la expresión:
- **Moda:** a escala real. Cada diseñador debe traer su maniquí de costura o modelo.
- **Diseño gráfico:** piezas impresas, mínimo 43 x 28 cm, máximo 200 x 200 cm.
- **Diseño industrial:** escala real.
- **Fotografía:** piezas impresas y enmarcadas al gusto, mínimo 8 x 6 cm de largo (tamaño a convenir).
- **Escultura:** libre.
- **Pintura:** piezas enmarcadas al gusto, mínimo 60 x 50 cm (a convenir).
- **Música:** 1 canción acústica adaptada al estilo musical de la banda.

Esperamos contar con tu participación en esta iniciativa que busca impulsar la cultura y el talento venezolano. Quisiéramos conocer tu propuesta para esta exposición durante el mes de noviembre, por favor enviarla a alarteledansabana@gmail.com o comunicarse con alguna de las organizadoras.

“Sabana, sabana..
 con tu brisa de mastranto
 tus espejos de laguna
 centinela de palmeras
 que se asoman con la luna
 aquí me quedo contigo
 aunque me vaya muy lejos
 como tórtola que vuela
 y deja el nido en el suelo”

“Al Arte le dan Sabana”, Mi Querencia a Tío Simón

Muchas Gracias,

Marian Ferrer 0412-233-00-95

Marisabel Van Der Biest 0414-306-19-80

Gabriela Vera 0414-310-17-20

Eugenia Valero 0414-293-68-15

ANEXO F

CURRICULUMS PARTICIPANTES

PINTURA

Elisa Abadí

Contacto: 0412-452-6061

Lugar y fecha de nacimiento: 4 de abril de 1974. Caracas, Venezuela.

- **Estudios realizados:**

- Realiza estudios de Diseño Gráfico e Ilustración en el Instituto de Diseño de Caracas.
- Ingresa a la Escuela de Artes Plásticas Federico Brandt cursando las materias de pintura y escultura.
- Realiza Cursos con los Maestros y Artistas Plásticos: Pedro León Zapata, Antonio Lazo, Harry Abend y Gerardo Ruiz, de pintura, dibujo, talla en madera y grabado, respectivamente en el Museo de Arte Contemporáneo de Caracas Sofía Imber.

- **Trabajos:**

- Elabora Ilustraciones en alto relieve de la Sala Especial para Invidentes del Museo de Arte Contemporáneo de Caracas Sofía Imber denominado "Espacio Braille" igualmente el diseño de los catálogos de las exposiciones temporales del Museo, para personas invidentes.
- Actualmente esta pintora se refugia entre el dibujo, el óleo y la intervención de objetos encontrados usados como soporte; explorando su principal influencia, - el Expresionismo alemán-, del que toma su feroz manejo del color y su percepción de las emociones humanas.

Alfredo Martínez

Contacto: alfreds20@hotmail.com

Fecha y lugar de nacimiento: 22 de julio de 1984. Caracas, Venezuela.

- **Estudios:**

- Estudió profundamente el trabajo de Jorge Estrada (1998 – 1999) y la obra de Luis Álvarez de Lugo (1999 – 2003). Caracas, Venezuela.
- Egresado de la Universidad de Artes Plásticas Armando Reverón. Caracas, Venezuela, 2007. Realiza un Post Grado en pintura y dibujo en la escuela Art Institute de Chicago, 2010.
- Actualmente estudia un Master in Fine Arts en pintura y dibujo en la escuela Art Institute de Chicago, 2010 – 2012.

- **Exposiciones:**

- 2012 Al arte le dan Sabana, Centro de Arte Los Galpones. Caracas, Venezuela.
- 2012 SAIC MFA Exhibición de graduandos, Sullivan Galleries. Chicago, Estados Unidos.
- 2011 “Experience is never unattached”, Sullivan Galleries. Chicago, Estados Unidos.
- 2008 64 Bienal Salón Arturo Michelena. Valencia, Venezuela.
- 2008 “Líneas entre Caballos”, Galería Caracas Country Club. Caracas, Venezuela.
- 2007 Exhibición “Viaje Interior”, Galería Universidad Central de Venezuela. Caracas, Venezuela.
- 2006 XXX Salón de Arte Aragua. Maracay, Venezuela y “Expresiones y Gestos”, Galería de la Fundación de Arte del Banco Industrial de Venezuela. Caracas, Venezuela.
- 2004 XXIV “Naturaleza Muerta, Flores y Nudismo”, Salón Municipal de Pintura. Maracay, Venezuela.

Gustavo Fernández

Contacto: 0414-326-58-26

Fecha y lugar de nacimiento: 8 de septiembre de 1973. Caracas, Venezuela.

- **Exposiciones:**

- Muestra y Taller de Texturas 7 pecados. Praia da Bela Vista, Costa de Caprica, Portugal, 2000.

- Exhibición Haute Couture Saved my life, Fashion Week. Madrid, España, 2003.

- Taller Brico Arte, galería A Cuadros. Madrid, España, 2003.

- Taller Texturas, galería A Cuadros. Madrid, España, 2003.

- Exhibición "Rojos" pantone 104. Caracas, Venezuela, 2005.

- Exhibición "Love". Caracas, Venezuela, 2007.

- Muestra de Arte Dexter, Mención de honor. Caracas, Venezuela, 2008.

- Taller "Haz cosas grandes", fundación para los niños. Caracas, Venezuela, 2010.

- Colectiva "Ondulaciones", Galería Arte Innovador. Caracas, Venezuela, 2011.

- Hatillarte. Caracas, Venezuela, 2011.

- Colectiva "Al Arte le dan Sabana". Caracas, Venezuela, 2012.

Corina Briceño

Contacto: cbricenoi@gmail.com

Fecha y lugar de nacimiento: 20 de diciembre de 1944. Caracas, Venezuela

- **Estudios realizados**

- Desde 1968 hasta 1972 estudió en la Escuela Cristóbal Rojas, Expresión Plástica y Cursos Libres
- En 1973 cursa en el Inciba serigrafía
- En 1980 se gradúa de la primera promoción en el Centro de Enseñanza Grafica, Cegra, mención litografía.
- Licenciada en Artes Plásticas, del Unearte
- Realizó un curso de Maestría en el IUESAPAR. Además tomó diferentes cursos en Universidades del país, y en el exterior.

- **Premios:**

- 2010 Premio Aica, capítulo Venezuela, 65 Salón Michelena
- 2003 1° Premio Salón Exxon Mobil de Venezuela, Galería Nacional, Caracas
- 2002 Premio Taga y Conac, Miniaturas Taga, Caracas
- 1999 1° Premio, Concurso de Artistas Nacionales, Pomar, Caracas, Venezuela.
- 1995 1° Premio, XI Bienal de San Juan del Grabado Latino Americano y del Caribe. Puerto Rico.
- 1993 Premio Bernardo Rubinstein de Gráfica, Salón Arturo Michelena, Valencia, Venezuela.

- **Algunas exposiciones individuales**

- 2011 Obra Reciente, Galería Artepuy, Caracas
- 2009 Espíritu de Oro. Instalación. Galería 39, Caracas

- **Algunas colectivas internacionales**

- 2010 ArteAmerica, Miami, Galería Artepuy.
- 2001 Papel Barichara, Barichara, Colombia.
Salón Estampa, Feria Internacional de la Estampa, Madrid,
España.

- **Algunas exposiciones:**

- Museo de Bellas Artes, Caracas.
- Galería de Arte Nacional, Caracas.
- Museo Alejandro Otero, Caracas.
- Museo Arte Contemporáneo Sofía Imber, Caracas.
- Museo de Arte Moderno, Mérida.
- Museo de la Estampa, México.
- Casa de las Américas, La Habana, Cuba.
- Instituto de la Cultura Puertorriqueña San Juan Puerto Rico.
- Compañía Shell de Venezuela.
- Banco Mundial, Washington.
- Carnegie Endowment for the Foreign Policy, Washington, USA.
- 2012 Al arte le dan Sabana, Centro de Arte Los Galpones, Caracas.
Venezuela

Armando Zullo

Contacto: armandozullo@gmail.com

Fecha y lugar de nacimiento: 16 de octubre de 1961. Caracas, Venezuela

- **Estudios realizados**

- 2006-2008. Universidad Experimental de las Artes. Licenciado en Teatro Mención Diseño. Caracas, Venezuela.
- 2005-Actual. Facultad de Humanidades y Educación, Filosofía. Universidad Central de Venezuela, Caracas.
- 2004. Instituto de Patrimonio y Cultura. Caracas, Venezuela. Seminario de “Restauración de Monumentos y Obras de Arte con componentes Metálicos” dictado por la Dra. Ana E. Cepero A.
- 1997-2000. Escuela de Artes visuales Cristóbal Rojas. Caracas, Venezuela. Técnico Medio en Arte Puro, Mención Pintura

- **Exposiciones**

2011

- Museo de Arte Contemporáneo de Cumaná. Individual. Sucre, Venezuela
- III Exposición Filosofía en el Arte. Colectiva. UCV. Caracas, Venezuela
- Universidad Monteávila. Individual. Caracas, Venezuela
- XXXIX Salón anual de Pintura Cámara de Comercio de La Guaira. Vargas
- IV Salón Premio Orden Armando Reverón. Mención especial. La Guaira. Vargas.
- XL Salón Juan Lovera. Caracas, Venezuela
- 31 Salón Municipal de Pintura Alcaldía de Girardot. Maracay. Aragua
- Oro Café Bistró Caraqueño. Individual. Caracas, Venezuela
- Feria ARCO. Exposición Colectiva Virtual. Febrero. Madrid, España
- Two Mundos Art Gallery, Midtown. Colectiva. Enero – Abril. Miami, EE.UU.

2006

- "Il Mega exposición". Museo de Bellas Artes. Caracas, Venezuela.

2007

- Colectiva. Casa Cultural de San Agustín. Caracas, Venezuela.

2010

- Colectiva. Los de la Casa. CANTV. Caracas, Venezuela.
- Individual. Arte y Ciudad. UCV. Caracas, Venezuela.
- Individual. Arte y Ciudad. UCAB. Caracas, Venezuela.
- Individual. Atelier Ouvert. Baruta. Caracas, Venezuela.

2012

- Al arte le dan Sabana, Centro de Arte Los Galpones, Caracas. Venezuela

Mario Gómez

Contacto: 0412 -378-33-48

Fecha y lugar de nacimiento: 7 de marzo 1979. Caracas, Venezuela.

- **Estudios**

- Egresado de la escuela de Derecho de la Universidad Santa María. Caracas, Venezuela.
- Ilustrador, Instituto de Diseño caracas. Caracas, Venezuela.
- Curso de dibujo en la Academia del Maestro Juan Carlos Gayoso. Caracas, Venezuela, 1994.
- Estudios en la Academia Irán Atelier de Aerografía. Caracas, Venezuela, 1990.
- Curso de animación en Walt Disney Studios. 1991.
- Estudios en la Escuela del Maestro Roberto González. Caracas, Venezuela, 1987 – 1990.

- **Trabajos**

- Productor del musical La Novicia Rebelde. Caracas, Venezuela, 2011.
- Productor de “El Aplauso va por dentro”. Madrid, España, 2007.

- **Exposiciones colectivas**

- Al arte le dan Sabana, Centro de Arte Los Galpones. Caracas, Venezuela, 2012.
- “La Humanidad”, bienal de aerografía, mención honorífica. Caracas, Venezuela, 1996.
- Exposición colectiva “Encuentro de los dos mundos”, Metro de Caracas, Bienal de aerografía. Caracas, Venezuela, 1993.

ESCULTURA

Jesús Pastore

Contacto: jpastore@cantv.net

Fecha de nacimiento: 15 de septiembre de 1973. Caracas, Venezuela.

- **Estudios realizados:**
 - Bachiller Colegio San Ignacio de Loyola.
 - Instituto de Diseño de Caraca. Título: Ilustrador y diseñador gráfico.

- **Experiencia laboral:**
 - Director del Instituto de Diseño de Caracas desde 1994 hasta 2004.
 - Fundador funda la escuela de diseño Centro Art en donde ejerce el cargo de Director Principal.

- **Curso, talleres, seminarios, congresos:**
 - Congreso nacional de aerografía arte y diseño.
 - Seminario de aerografía. Dictado por: Mark Fredikson.
 - Curso de ilustración dictado por: Boris Vallejo y Julie Bell.
 - Seminario de programación neurolingüística.
 - Curso navegación internet.

- **Trabajos realizados:**
 - Realización de las esculturas a tamaño real de los peces del río Orinoco, Museo de ciencias. Caracas- Venezuela.
 - Esculturas varias. Ver pág. web. www.pastoredesign.com.
 - Escultura, diseños, ilustraciones para el instituto de diseño de Caracas.

- Director de las escuelas de diseño industrial; diseño gráfico; ilustración y diseño de interiores. Docente de cátedras de ciencia de la visión ii; ilustración i; lettering; historieta; taller i; rendering i-ii; diseño gráfico i. instituto de diseño de caracas.

- **Conferencias dictadas:**
 - Mejoramiento profesional y el desarrollo de las capacidades. Instituto de diseño de caracas y de valencia. 1996-2003.

 - Mejoramiento docente instituto de diseño de caracas y de valencia. 1996-2003.

- **Publicaciones y logros:**
 - Amazing figure modeler: revista especializada en esculturas de garage kit, USA.

 - Modeler resource: revista especializada en esculturas de garage kit, USA.

 - Kit builders: revista especializada en esculturas de garage kit, USA.

 - Relacionamiento con escultores internacionales a los fines de intercambio de técnicas para esculpir. Escultores: Mike James; Marcus Deleo, USA.

 - Invitado como expositor en el ipms, USA. Miami-Florida.

 - Currículo aprobado para banco de datos en empresas como: dark horse; testors; moorecreations; stanwiston; art asylum; mcfarlane toys; franklin mint; whancomics.

 - Calificado entre los 100 ilustradores para el festival de ilustración de new york, USA.

Andreina Acero

Contacto: andreinacero@gmail.com

Fecha y lugar de nacimiento: 3 de marzo de 1977. Caracas, Venezuela.

- **Estudios:**

- Cursó estudios en la Escuela de Historietas “López y Acosta” donde realizó la carrera Comics-Strips título de Historietista e Ilustrador profesional en 1998.
- Cursó estudios universitarios en “Instituto Universitario de Estudios Superiores de Artes Plásticas Armando Reverón”. Licenciada en Artes Plásticas Mención Pintura Año 2004.
- Certificado de asistencia del curso básico Dibujo “Lápiz y Carboncillo” 8 horas de duración 1998.
- Certificado de asistencia al curso “Dibujo” Nivel Avanzado 14 horas de duración de La Asociación Cultural Maraven 1998.
- Certificado de asistencia al seminario Caracas Cómics/ Urban Outfitters dos días de duración.
- Taller de dibujo en la “Escuela de Artes Visuales Cristóbal Rojas” 1994-1995
- Taller de Arte infantil del Museo de Bellas Artes. 1984-1988

- **Premios y distinciones obtenidas**

- Mención honorífica AVAP 2002
- XXX Premio Municipal de Artes Visuales “Juan Lovera” obra ganadora tridimensional 2001.
- Diagramación de sello postal conmemorativo de los 20 años de la Fundación del Niño.
- Mención en el concurso LIDICE 87 Checoslovaquia 1987.
- Segundo premio mención plata en Festival Internacional de Hungría 1986.

- Diploma de plata en el concurso internacional infantil “Mi Patria “de Bellas Artes Aplicadas. Checoeslovaquia.
- Segundo premio en el concurso “Los niños aman la paz “. La Fundación del niño y la UNESCO 1986.
- Medalla de oro en la Tercera (3) bienal de Kanagawa Japón. Muestra mundial de arte infantil, 1985.
- Diploma de honor de Salvat Editores 1982.
- **Exposiciones colectivas**
 - Exposición Colectiva “Al Arte le dan Sabana”, Centro de Arte los Galpones, Caracas. 2012.
 - Exposición Individual “Entre Perras”, La Guayaba Verde, Caracas. 2011.
 - Exposición colectiva 5ta Feria de Arte Textil, Galería de Arte Nacional. Caracas. 2011.
 - Exposición “Marcando Territorio”, Galería Ochava, Hatillarte 2011.
 - Primer Festival de Arte Urbano de Chacao, Mural, 2011.
 - FIA Caracas 2011, Galería Estudio de Arte 8, 2011.
 - Exposición Colectiva de Egresados IUESAPAR “Medidas Variables”, Museo Alejandro Otero, 2006.
 - Participación en la “Mega Exposición Homenaje a Jesús Soto”, Museo de Miranda. 2005.
 - Participación en la exposición “Historias Personales” Museo Jacobo Borges 2003.
 - Participación en el salón de Artes Visuales " Juan Lovera " 2001 (Obra ganadora Tridimensional).
 - Participación en la exposición de la " Alcaldía de Puerto la Cruz" 2000 (colectiva).
 - 1 y 2 Salón Nacional de Artistas Desconocidos “Espacio Atlantis“ 1997 y 1998. (Colectiva).

Andrés Celis Ossot

Contacto: 0414-138-18-79

Lugar y fecha de nacimiento: 1 de febrero de 1969. Caracas, Venezuela.

- **Información general**

- Artista plástico Autodidacta, sin estudios directamente relacionados a las Bellas Artes.
- Ha incursionado dentro del mundo del arte llevado por la espontaneidad y su pasión por los colores, con una iniciativa que surge del espíritu y la necesidad de materializar la creatividad innata que posee.
- Trabaja con materiales que le brinda la naturaleza los cuales toman vigor cuando los fusiona con los conocimientos adquiridos en su labor diaria. Con ello, logra crear exquisitas figuras de madera, talladas a mano, y perfeccionadas con las más modernas técnicas de pintura.

FOTOGRAFÍA

Cristina Tovar

Contacto: cristytovar@gmail.com

Fecha y lugar de nacimiento: 27 de abril de 1989. Caracas, Venezuela

- **Estudios:**

- 2007-2012 Estudiante de quinto año de Comunicación Social de la Universidad Monteávila
- 2002-2007 Colegio San Ignacio de Loyola Caracas, Venezuela Bachiller en Ciencias

- **Cursos:**

- Niveles I, II y III de Digital en la Escuela de Fotografía Roberto Mata
- Nivel I en la Escuela Fotoarte

- **Exposición colectiva:**

- 2012 Al arte le dan Sabana, Centro de Arte Los Galpones, Caracas. Venezuela

Cassandra Flores

Contacto: cassandrafloresedery@hotmail.com

Fecha y lugar de nacimiento: 27 de abril de 1989. Caracas, Venezuela

- **Estudios:**

- 2003-2007 Bachiller de Humanidades Colegio Caniguá, Caracas. Venezuela
- 2007-2009 Estudiante de Comunicación Social en la Universidad Católica Andrés Bello hasta 4to semestre, Caracas. Venezuela
- 2012-2012 Estudiante de 5to semestre de Diseño Gráfico en el Centro de Diseño Digital, Caracas. Venezuela

- **Cursos:**

- Nivel I y II del curso Objet d'art, en Roberto Mata Taller Fotográfico.
- Nivel I, II y III digital en la Escuela de Fotografía Roberto Mata
- Retrato de Carlos Zepa con su calavera de balas *Kalabala* diseñada para el álbum *Plomo Revienta* de Desorden Público (1996)
- Parte del photoshoot de la primera colección de **Santa Molina**, *bohemias de asfalto*.
- Photoshoot de Valentina Wolfermann, VW.
- Photoshoot de Columpio, ropa urbana.
- Photoshoot de la colección *Noches de Bolero* de Madame Picopinto.

- **Exposición colectiva:**

- 2012 Al arte le dan Sabana, Centro de Arte Los Galpones, Caracas. Venezuela

Andreina Rivas Lampe

Contacto: 0414-112-54-22

Lugar y fecha de nacimiento: 7 de marzo de 1989. Caracas, Venezuela.

- **Estudios:**

- **Actual estudiante de Comunicación Social de la Universidad Monteávila.**

- Súper Master en publicidad, Brother Caracas, 2011 – 2012

- Curso de Lenguaje Corporal, Instituto Argentino de Formación e Investigación, 2011.

- Curso de Illustrator, Escuela Da Vinci, Argentina 2011.

- Niveles básicos y avanzados de fotografía, Roberto Mata Escuela de Fotografía.

- Curso de Inglés, EF Academy School, Vancouver 2007 – 2008

- Egresada del Colegio San Ignacio de Loyola, Caracas 2007.

DISEÑO DE MODA

Eugenia Toth

Contacto: eutoth89@gmail.com

Fecha y lugar de nacimiento: 5 de agosto de 1989. Caracas, Venezuela.

- **Estudios:**

- 1993-2007 Bachiller de Humanidades U.E. Colegio Cristo Rey de Altamira. Caracas, Venezuela
- 2008-2012 Estudiante de 4to año de Comunicación Social de la Universidad Monteávila.
- 2007-2008 Center for English Language & Orientation Programs (CELOP). Boston, Massachusetts, USA. Curso de Inglés de 12 meses

- **Cursos realizados:**

- Julio 2008 Explosión Creativa VI Edición “Queremos un cambio en la Publicidad Venezolana”.
- Mayo 2008 Comunicaciones 360 DLBgroup Always Learning/Always Improving Universidad Monteávila.

- **Experiencia Profesional:**

- Abril 2011-Actual Inversiones Suukala C.A. Caracas, Venezuela. Taller de Alta Costura, Socia e Inversionista. Creación de la marca y diseñadora.
- 2009-2011 Creación y Confección de vestuarios de Grupos de Gaitas.
- Gaitas Colegio Cristo Rey de Altamira (2009).
- Gaitas Colegio Instituto Andes (2010).
- Gaitas Colegio San Ignacio de Loyola (2011).

- **Exposición colectiva:**

- 2012 Al arte le dan Sabana, Centro de Arte Los Galpones, Caracas. Venezuela .

Constanza Oquendo

Contacto: constanzaquendo@gmail.com

Fecha y lugar de nacimiento: 4 de septiembre de 1988. Caracas, Venezuela.

- **Estudios realizados:**

- 2006 - 2011 Universidad Monteávila. Título obtenido: Licenciada en Comunicación Social
- 1992-2006, Unidad Educativa Colegio Cristo Rey Altamira. Título obtenido: Bachiller en Humanidades

- **Experiencia profesional:**

- Febrero 2011. Presente, Atelier Constanza Oquendo Caracas.
Diseñadora
- Marzo - Julio 2010, Investigación documental (“Biografía de la Orquesta Sinfónica Municipal de Venezuela” de Federico Pacanins)
- Septiembre - Diciembre 2009, E! Entertainment Televisión.
Departamento de Marketing. *Pasante*

- **Otras experiencias:**

- 2010, Desfile de moda a beneficio de la “Fundación Senos Ayuda”.
Diseñadora invitada
 - 2010, Red Misión. Departamento de Comunicaciones. *Voluntaria*
- 2009, Curso Básico de Patronaje y Confección, Brivil – Instituto de Diseño de Moda y Diseño Ambiental.

Helena Gil**Contacto:** perinolahg@gmail.com**Fecha y lugar de nacimiento:** 24 de Febrero de 1989. Caracas, Venezuela.

- **Estudios realizados:**

- Universidad Metropolitana. Licenciada en Estudio Liberales. 2008-actualidad.
- Academia Merici (Español-Inglés). Bachiller en Humanidades. Julio del 2007

- **Experiencia profesional:**

- Campamento Las Aves, Caracas. Guía. 2004-2006-2007
- Directora y Diseñadora de la marca Perinola Hg. Año 2011, 2012

- **Otras experiencias:**

- Perinola HG: Hg es una marca venezolana creada en octubre de 2011 por la diseñadora Helena Gil, en un intento de combinar las tendencias globales con las exigencias y necesidades del mercado venezolano. Se enfoca en dos líneas, Prêt à Porter y Vestidos más elegantes; ambos marcados por un estilo ecléctico y enfocados en una mujer divertida, romántica, ultrafemenina y juvenil.

Lucie

Irene Loreto & María Gabriela Manzoni

Fecha de surgimiento: Diciembre de 2010

Contacto: Lucie.loretomanzoni@gmail.com

- Marca de carteras y otros accesorios de marroquinería nueva en el mercado venezolano ideada para la mujer moderna, que aprecia los detalles y la elegancia en cada una de las cosas que posee y utiliza.
- Fue creada por las comunicadoras sociales María Gabriela Manzoni e Irene Loreto, quienes en diciembre de 2010 decidieron hacer realidad una idea que desde hacía mucho tiempo querían llevar a cabo: ofrecer a las venezolanas un producto sobrio y distinguido pero a la vez de cómodo uso.
- Así, surgió la idea de crear carteras de noche con cadena u otro tipo de cinta incorporada para que su dueña pueda llevarla siempre consigo sintiéndose tranquila y segura. La marca posee también dentro de su portafolio de productos pequeños tarjeteros ideados para guardar la documentación necesaria que la mujer requiere al salir con bolsos pequeños.
- **Colecciones:**
 - Desde el año 2010 hasta la actualidad se han realizado tres colecciones diferentes. En la primera colección se desarrolló un sólo modelo llamado "Mackú" que fue creado a partir de tela en conjunto con ornamentos delicados que le dieron a las piezas un estilo muy vintage.
 - En su segunda salida al mercado la marca trajo consigo un modelo algo diferente llamado "Veintiuno" que tuvo como atractivo su particular forma de abrirse. En esta oportunidad se mantuvo de igual forma la línea "Mackú".

- Finalmente, desde hace algunos meses la marca ha dado un giro muy importante en lo que se refiere al diseño y materiales. Los nuevos modelos son más grandes así como atractivos y se basan en sintéticos con diferentes prints que, a pesar de que conservan la elegancia y sobriedad que caracteriza a la marca, son realmente originales. En esta última colección se mantienen los ornamentos y adornos metalizados que hasta ahora han sido un símbolo distintivo de LUCIE.

Valentina Gordon

Contacto: gordon.valentina@gmail.com

Fecha y lugar de nacimiento: 18 de mayo de 1988

- **Estudios realizados:**

- Bachiller Academia Merici. (2006)
- Licenciada en derecho. Universidad Católica Andrés Bello. (2011)

- **Experiencia laboral:**

- Diseñadora de la marca Valentina Gordon. (2010)
- Participación en la primera y segunda edición el desfile a beneficio de la Fundación Semillero de Jesús en el Hotel Tamanaco.
- Participación en Chica E! Venezuela como diseñadora de las 20 pre-finalistas y para las pruebas especiales de las 3 finalistas.
- Lanzamiento del corner oficial de Valentina Gordon en Iskia.

- **Cursos realizados:**

- Patronaje y confección en el Centro de Confección de Caracas (2009)
- Curso de ilustración en el Instituto Showroom (2011)

DISEÑO INDUSTRIAL

María Carolina Neira

Contacto: centroart.subdirección@gmail.com

Fecha de nacimiento: 8 de junio de 1984. Caracas, Venezuela.

- **Estudios realizados:**

- Colegio san Martín de Porres
- Instituto de diseño de Caracas. Título: diseñador de interiores 2002
- Centro art escuela de diseño s.c. título: Ilustrador 2007

- **Experiencia laboral:**

- Tienda Capuy:

Cargo: jefe de piso, diseño de interiores, tienda BO concept 2004-2006.

Cargo: visual merchandising y vitrinista, marca abstracta y Capuy hogar 2006-2008.

- Sociedad centro art, escuela de diseño s.c:

Cargo: subdirector y docente, 2008-2012.

- **Curso, talleres, seminarios, congresos:**

- Curso vitrinismo y visual merchandising, dirigido por BO concept, Dinamarca.
- Curso de mejoramiento docente.
- Curso de diseño interior bajo la armonía del feng-shui.

- **Trabajos realizados:**

- Artista plástico independiente.
- Vitrinismo y visual merchandising en tiendas reconocidas a nivel nacional.
- Restauración de imágenes religiosas varias: iglesia san Juan Eudes, colegio madre del divino pastor, hermanas paulinas.
- Escenografías y dirección creativa para la producción de publicidades, y programas tv como "el dulce negocio de Nestlé" para la productora ph7.

Carlos E. Weil Di Miele

Contacto: weilcarlos89@gmail.com

Fecha y lugar de nacimiento: 8 de febrero de 1989. Caracas, Venezuela

- **Estudios realizados:**

- 2006 Bachiller graduado del Colegio Emil Friedman de Caracas.
- 2007-2012 Estudiante de quinto año de Comunicación Social de la Universidad Monteávila.
- Sexto Año de Educación Media en los Estados Unidos "Twin Lakes High School" 2006-2007.

- **Cursos:**

- Realizó un curso de 4 semanas en Realización y producción Audiovisual en el New York Film Academy.

- **Publicaciones:**

- Publicación del trabajo fotográfico "Rasgos de Luz" en la revista española "Sin Nombre" edición digital, mes de abril de 2011.
- Publicación de la carta póstuma a Eugenio Montejo "Sólo se fue la vida" en la revista "OJO" novena edición

- **Exposición colectiva:**

- 2012 Al arte le dan Sabana, Centro de Arte Los Galpones, Caracas. Venezuela.

DISEÑO GRÁFICO

Iván Almaral Solé

Contacto: 0412-317-17-83

Fecha y lugar de nacimiento: 12 de octubre de 1988. Caracas, Venezuela.

- **Estudios:**

- Graduado del Colegio Santiago de León De Caracas, Mención Humanidades.
- Cursó dos años de sociología en la UCAB para luego continuar sus estudios en la Universidad Metropolitana en la carrera de Estudios Liberales la cual cursa actualmente.

- **Trabajos:**

- Fundador y director del colectivo Guatafoc (2010), hoy día la agencia Creativa Guatafoc, donde desempeña labores vinculadas con el ámbito publicitario para clientes nacionales e internacionales, a su vez desarrolla proyectos artísticos audiovisuales y plásticos independientes. Diseñador gráfico autodidacta.
- Desde el 2011 es conductor de un micro radial semanal en La Mega 107.3.

Fernando Rodríguez Álvarez

Contacto: juventinoing@hotmail.com

Fecha y lugar de nacimiento: 10 de octubre de 1985. Los Teques, Venezuela.

- **Estudios realizados:**

- Bachiller en ciencias en el Colegio Las Colinas de bello monte.
- Cursos de Dibujo y Pintura, Logrados durante el bachillerato.
- Estudios en el Instituto de Diseño de Caracas, IDC, solo hasta 3º semestre
- Actualmente cursando 4º semestre de ilustración en CENTROART Escuela de Diseño

- **Experiencia Laboral:**

- Trabaja en DMW Tasken, Estudio de diseño, ilustración y 3D desde 2009, hasta 2011 como ilustrador digital, líder de proyectos.

- **Experiencia en Exhibiciones Graficas:**

- ilustrador de Tagtool para diferentes eventos:
 - o Feria de libro de Chacao 2010.
 - o Por el medio de la calle 2010.
 - o Nike Sessions party.
 - o Al Arte le dan Sabana, Mi Querencia a Tío Simón.
 - o Exhibición de la obra La Tonada del Trasncho.

Andrea Montes de Oca

Contacto: acmontesla@gmail.com

Fecha y lugar de nacimiento: 13 de enero de 1990. Miami, Estados Unidos.

- **Estudios Realizados:**

- Primaria y Secundaria: Colegio Cristo Rey de Altamira. Caracas, Venezuela 1994 – 2008. *Título obtenido:* Bachiller en Humanidades.
- Universidad: Centro de Diseño Digital. Marzo 2009 – 6 semestres. Comunicación Visual.

- **Experiencia laboral:**

- Free Lance.

- **Cursos realizados:**

- Curso de Dibujo y Pintura, Galería Díaz Mancini, año 2000.
- Curso de Francés, Ramboulliet, Francia, Agosto- Diciembre 2008.

ARTES CULINARIAS

María Elisa Römer

Contacto: cocinaromer@gmail.com

Fecha y lugar de nacimiento: 21 de abril de 1969. Caracas, Venezuela.

- **Estudios realizados:**

- Grado de Cocina. Instituto Culinario de Caracas, 2004.
- Licenciada en Administración mención Gerencia, Universidad Metropolitana. Caracas, Venezuela, 1992.
- Especialización en mercado. Harvard University, Boston, Estados Unidos, 1993.

- **Experiencia laboral:**

- Directora Académica Instituto Culinario de Caracas. Escuela de formación profesional de cocineros.
- Socia y coordinadora del Instituto Culinario de Caracas express. Desarrollo de catering y eventos privados y comedor que funciona en paralelo en las instalaciones de la escuela de cocina.
- Miembro fundador Venezuela Gastronómica, AC. Asociación sin fines de lucro que reúne cocineros para incentivar la gastronomía venezolana.
- Comité organizador de Capitulo I Caracas Venezuela Gastronómica.
- Profesora de Costos en la cocina. Instituto Culinario de Caracas.
- Profesora de cocina práctica. Instituto Culinario de Caracas.
- Coordinadora de cocina de eventos de Instituto Culinario de Caracas Express.
- Alimentos Kellogg de Venezuela. Asistente de producto. Mercadeo.
- SC Johson Wax de Venezuela, Gerente de producto. Mercadeo.

Anneliese Mayorca

Contacto: annemayorca@gmail.com

Fecha y lugar de nacimiento: 8 de febrero de 1963. Caracas, Venezuela.

- **Estudios Realizados:**

- Bachiller Colegio Cristo Rey. Altamira. Caracas. (1975-1980). Bachiller en Ciencias.
- EDUCACION SUPERIOR: Instituto Venezolano de la Audición y el Lenguaje. IVAL. El Marqués. Caracas. Terapista de Lenguaje Mención Cum-Laude. (1980-1983).

- **Cursos de Artes Culinarias:**

- COMIDA HINDU. Dictado por la Chef Nury Gómez. Mayo 2002
- COCINA THAIANDESA. Curso interactivo. Dictado por el Chef Sumito Estévez. I.C.C. Julio 2003
- FUSIONES PANASIATICAS I Y II . Dictado por el Chef Sumito Estévez. Agosto, 2003
- PASTERIA AVANZADA. Ciudadinos Bakery & Food Service. José Araujo. Agosto y Septiembre, 2004
- PASAPALOS Y ABREBOCAS. Dictado por el Chef Héctor Romero. Febrero, 2005

- **Publicaciones y logros:**

- Creadora y fundadora de productos Miscellaneous.

Katherine Van Der Biest

Contacto: caracascupcakeshop@gmail.com

Fecha y lugar de nacimiento: 8 de Junio de 1979. Caracas, Venezuela.

- **Estudios realizados:**

- Bachiller en Humanidades. Colegio Américo Vespucio. 1997. Caracas. Venezuela.
- Ingeniero de Sistemas. Mención Gerencia. Universidad Nacional Experimental Politécnica de la Fuerza Armada Nacional. U.N.E.F.A

- **Cursos de repostería:**

- Maestría en Repostería Fina. Grupo académico panadero pastelero GAPP
- Wilton cake decorating Classes. Michael's Stores
- Miembro activo de ICES. International Cake Exploration Society.

- **Cursos Complementarios de Repostería**

- Caras en Relieve, Tortas de lujo, flores de gelatina, cubiertas de chocolate, tortas talladas, gelatinas, tortas de quinceañeras, especial de chocolate. Repostería Bon Nadal.

- **Publicaciones y logros:**

- Creadora y fundadora de Kathy's Pastrys Factory, re fundada bajo el nombre de Caracas Cupcake Shop de la mano de su co-fundador, Christian Guevara.

MÚSICA

Rafael Rico

Integrantes: Rafael Rico

Género: Folk y Rock

Ciudad de origen: Caracas, Venezuela

Contacto: rafaelricod@gmail.com

Sus primeros pasos se vertieron en el rock más pesado hasta el blues más denso. En paralelo, forma parte de ROD, un proyecto musical liderado por Julio González.

Antes de dedicarse a solista, Rafael Rico participó en varias bandas de diversos géneros musicales, tales como: Aetheris, Sex Pollution (posteriormente The Lickers) y Bey Evalon. A los 17 años ya habría formado parte de dos videoclips, aparecido en entrevistas televisivas a nivel nacional y, además, tocado en Canadá e Inglaterra.

Actualmente lleva a cabo su proyecto como solista, abriéndose paso dentro del talento emergente venezolano independiente con un género musical totalmente distintivo e innovador dentro de los objetivos del resto de los artistas allegados.

En el 2011 se hace público su primer sencillo promocional: "Sunny Tuesday", en el que luego se hace acompañar por un videoclip. A comienzos de 2012 Rafael Rico lanza públicamente su primera placa discográfica, un EP de 5 canciones llamado "Dhamma"; en el cual Rafael explica que, como la palabra Dhamma (o Dharma) indica, su música "es una analogía de las propiedades trascendentales del hombre y su naturaleza. Justicia, libertad, verdad, Dios, belleza, unión, familia, etc. 'Dhamma' representa el 'todo' de una manera artística".

Okills

Integrantes: Leonardo Jaramillo, Antonio Aldazoro, Carlos García, Kevin Yousef y Alberto Arcas.

Género: Rock/Indie/Fest

Ciudad de origen: Caracas, Venezuela

Contacto: okills.booking@gmail.com

La banda Okills utiliza un sonido indie fusionado con múltiples géneros como el rock alternativo.

Hasta la fecha Okills ha compartido tarima con bandas como Viniloversus, Los Mesoneros, Rawayana, 1era Edición, Tomates Fritos, Agonía, Bioshaft, Andreazulado, G2, Chupi Lumpi, Fuego Montevideo, entre otras, presentando su música en locales como Hard Rock Café Caracas, El Teatro Bar, Corp Banca, Bar 205, Tiburón Club, Taima Pizza Bar, Plaza Alfredo Sadel, Plaza de la Castellana, Barnuvo y más.

A finales del año 2010, fecha en la que la banda lanza su primer sencillo promocional “Querido Loco” empieza el auge y la buena receptividad por parte de los medios.

En el 2010 se da el lanzamiento de su EP llamado “Iniciando Transmisión” grabado por Santiago Castillo, mezclado por Ricardo Martínez y Carlos García y masterizado por Brian Gardner. El diseño gráfico estuvo a cargo del artista francés Thomas Bonnieux, las ilustraciones son de Ismael Aguirre y la fotografía de Don Úngaro.

La agrupación caraqueña **OKills** ha tenido un arranque de año muy positivo con su sencillo promocional "Si Me Ves" comenzando a rotar fuertemente en radios a nivel nacional.

Fuego Montevideo

Integrantes: Carlos Poletto, Frank Briceño y Luis Fernández.

Género: Indie Caribeño/Tropical , Rock.

Ciudad de origen: Caracas, Venezuela

Contacto: bookingfuegomontevideo@gmail.com

Esta banda—que tal y como su nombre alude—, evoca toda la pasión propia del calor y del fuego, combinado con toda la cultura que implica la convergencia de distintos estilos musicales, corrientes literarias y filosóficas , incluso metafísicas y teológicas de alrededor del mundo, contextualizándolas al presente y con la pretensión de romper esquemas.

Fuego Montevideo es una banda fundada en Julio del 2010. Esta agrupación ha debutado en los principales locales de Caracas y ha compartido tarima con: Rawayana, Okills, Los Mesoneros, Americania, ViniloVersus, Tomates Fritos y otras grandes bandas en festivales como el Waraira Fest de la Universidad Monteávila. Han sido entrevistados en canales de televisión nacional, invitados especiales del programa A La Cuenta de 3 con Iván Matta, Henrique Lazo y Michelle; y han visitado muchas radios y programas para darse a conocer.

“Algo Tarde”, primer sencillo promocional de su EP “Todos y Todo”, estuvo rotando en las principales emisoras de radio del país durante casi 2 meses y medio; este tema encabezó el puesto #1 del conteo estelar de La Mega Estación durante dos semanas consecutivas.

Este año (2011), la banda estrena “Todos y Todo”, su primer EP; a su vez, estrenarán una serie de videoclips para todas las canciones del disco y organizarán una gira nacional por las principales ciudades del país.

Actualmente se encuentran en la producción de su primer EP llamado “Todos y Todo”.

Nana Cadavieco

Integrantes: Mariana Cadavieco y & Le Collectif

Género: Pop, Rock, Indie y Electrónica

Ciudad de origen: Caracas, Venezuela

Contacto: thenanager@gmail.com

Nana Cadavieco lanzó su disco *Exposé* en 2009, producido y mezclado por Erik Aldrey en Sala de Máquinas y masterizado en 360° Studios, Londres, por Richard Beetham.

Exposé cuenta con la participación de Wincho Schäfer, Rafael Cadavieco, Erik Aldrey, Ezequiel S. Valencia, Gabriel Figueira, Armando Álvarez y Abiram Brizuela.

Exposé es el nombre de la primera placa discográfica de la artista, grabada en 2008 y lanzado en el 2009, la cual le ha permitido conocerse a nivel internacional en la cadena de televisión MTV y en las redes sociales.

El diciembre pasado obtuvo el premio a la Mejor Artista en la categoría Música de la revista digital colombiana Semifusa, en la que compitieron artistas de varios países latinoamericanos. Recientemente la artista recibió el patrocinio de la bebida energética “Monster” la cual la impulsará en el ámbito internacional.

Ha tenido participaciones como invitada en discos o toques de agrupaciones como Masseratti 2lts y Gaélica.

Primera Edición

Integrantes: Ricardo Sosa, Leo Borges, Enrique Márquez y Daniel Prim

Género: Rock

Ciudad de origen: Caracas Venezuela

Contacto: primeraedicion1@gmail.com

Banda venezolana que comienza su recorrido en el año 2001. En el año 2003, 1ra Edición se destaca por su participación en el Intercolegial de la Fundación Nuevas Bandas, arrojándolos como ganadores del certamen de ese año.

En el 2004, la banda es invitada a formar parte del compilado de la prestigiosa revista Plátano Verde con el tema “Alguna Vez”. Ese mismo año participan en un concurso organizado por el canal de televisión Puma TV, en donde se seleccionaron 30 bandas de todo el país para que por medio de una canción el público votase por su favorita. Fueron seleccionados como la banda ganadora, haciéndose acreedor de horas de grabación en Rock and Folk Studio.

No es hasta el 2008 cuando 1ra edición empieza la búsqueda de un sonido sin etiquetas de ningún género, con la finalidad de hacer buena música.

En el año 2006, fueron la agrupación elegida para representar al talento nacional como teloneros de la prestigiosa banda Californiana, NOFX. Para el 2007 formaron parte del cartel de bandas que se presentaron en los premios URBE.

Es en el año 2008 cuando Primera Edición y su disco “Es Tiempo de Actuar” fue nominado en la primera ronda de los Premios Grammys americanos 2009 en la categoría de “Mejor álbum de rock/alternativo latino” y a su vez firma un contrato de representación artística con “Ingenious Records” en Miami, Florida, trayendo como consecuencia una internacionalización del trabajo y talento de esta banda.

Es para finales del 2010 es cuando la banda entra a grabar su segundo disco "1986". El mismo se caracteriza por la diversidad musical que define el nuevo estilo y sonido de la banda, la cual se propone como meta llevar su música por todo el país, traspasar fronteras y eliminarle fecha de vencimiento a su música, con el fin de que perdurara en el tiempo y sea la que hable por ellos.

Famasloop

Integrantes: Alain Gómez, Rafael Urbina, Luis González y Ricardo Martínez.

Género: Electrónica / Pop / Rock / Fusión

Ciudad de origen: Caracas, Venezuela

Contacto: urbina.rafa@gmail.com

Famasloop es una agrupación venezolana nacida en el 2006 con la salida de su disco debut "3 Casas". Debido a lo novedoso de su propuesta, la banda ha sido considerada por la prensa especializada como una de las promesas del pop / rock latinoamericano.

Sus videos han conseguido una alta rotación en canales como: MTV, Sony Entertainment Televisión, E!, HBO, Much Music, Animax, AXN, entre otros.

Han compartido tarima con artistas de la talla de Gustavo Cerati. Además han creado los temas principales de programas como "Ya es Mediodía en China" y "Nada que ver" de Sony Entertainment Televisión, lo cual le ha significado reconocimientos como el ANDA a "mejor canción original" y el mundialmente reconocido premio Promax.

Su segunda producción discográfica llamada "Casa 4", que fue producida por Tweety González contiene 10 temas mezclados por Tweety Gonzáles y Marcelo Añez y masterizados por Andrés Mayo. Además, el disco cuenta con invitados de la talla de Kevin Johansen, cantautor Argentino. Su disco fue nominado a los Grammys latinos como mejor diseño de empaque.

Actualmente se encuentran en la producción y pronto lanzamiento de su nuevo tercer disco llamado "la quema", el cual fue grabado en la ciudad de Buenos Aires, Argentina.

La Vida Bohème

Integrantes: Henry D'Arthenay, Daniel de Sousa, Sebastián Ayala y Rafael Pérez Medina

Género: indie, electrónica, rock bailable.

Ciudad de origen: Caracas, Venezuela

Contacto: cesar.a.elster@gmail.com

La banda se formó en el año 2006 por cuatro jóvenes estudiantes de secundaria: Henry en la guitarra y voz, Daniel en la guitarra, Moisés Enghelberg en la batería (Siendo remplazado poco después por Sebastián) y Rafael en el bajo.

Durante el 2007 se dedicaron a presentarse en diversos eventos y festivales. Lanzaron su primera producción este mismo año, titulada La Vida Bohème EP. Contenía tres temas y fue distribuido gratuitamente a través de la red Fanzsinatra.

El año siguiente sería de bastante reconocimiento al grupo. Fueron ganadores del evento festival Nuevas Bandas. Desde entonces comenzó una exposición más continua de los medios hacia la agrupación, haciendo énfasis en el sonido y la estética que mostraban en sus presentaciones. Poco después en ese mismo año la banda entra a participar como invitados especiales del Motorokr Band Latinoamérica de la cadena Fox Latino.

Más tarde dieron salida a su primer videoclip musical, de la canción Radio Capital, promocionando lo que sería su primer disco de larga duración titulado Nuestra, grabado y producido en Venezuela por Rudy Pagliuca, mezclado por Leonel Carmona y masterizado en Argentina por Andrés Mayo. El disco salió al aire en febrero de 2010 y estuvo disponible para descarga gratuita por un tiempo limitado por el sitio web de la disquera All of The Above.

En el mes de agosto de 2010 fue lanzada una edición limitada de «Nuestra» en físico. El álbum fue autorizado por nacional records para su publicación en América del norte en el 2011.

La Vida Bohème fue nominada en septiembre del 2011 a dos premios Latin Grammy. Su disco "Nuestra" fue nominado como mejor álbum de rock y su sencillo "Radio Capital" como mejor canción de rock. En noviembre del 2011 "Nuestra" fue nominado para un premio Grammy americano como mejor latin pop, rock o urban álbum.

Por otra parte, La Vida es una banda muy apoyada por MTV Iggy, quienes se encargan de impulsar internacionalmente a diversas bandas y estilos musicales logrando el reconocimiento internacional. El 12 de diciembre de 2011 se presentaron en el MTV'S Iggy concert en la ciudad de nueva York.

ANEXO G

BASE DE DATOS PATROCINANTES

Tabla 2. Base de datos de solicitud de patrocinio.

Empresa	Persona de contacto	Teléfono	Correo electrónico
ACN	Belkys Mendible	0412-447-17-07	mercadeo@acn.com.ve
Alfonzo Rivas	Patricia Paz		ppaz@alfonzorivas.com
Alpes	Mary Flor Paredes	0212-443-96-26	disfpapelmaracay@gmail.com
Banco Exterior	Sarais Benítez		sarais.benitez@bancoexterior.com
Banco Mercantil	Alfredo Travieso		atravieso@tpn.com.ve
Banco Nacional de Crédito	José Aroldo Valero	0414-246-68-18	jvalero@banconacionaldecredito.com.ve
Beco	Ernesto Blohm	0412-305-59-76	erblohm@aol.com
Bodegas Pomar	Gabriel Machado		gabriel.machado@empresas-polar.com
Cerveza Zulia	Astrid Pérez	0424-218-0356	
Corporación Andina de Fomento	Luis Berrizbeitia		lberrizbeitia@caf.com
	Diana Mejía	0212-209-20-99	dmejia@caf.com
Diageo Venezuela	Marianna Pardi		marianna.pardi@diageo.com
	Juan Miguel Gutiérrez	0212-276-70-88	juan.gutierrez@diageo.com
	Juan Yépez		juan.yopez@diageo.com
EBG	Matilde Van Der Biest	0414-288-67-86	matildevanderbiest@gmail.com
Empresas Polar	Efraín Álvarez	0424-307-90-21	efrain.alvarez@empresas-polar.com
EPA Ferreterías	Lorenzo Araujo		jefedeiniciativacomunitaria@epa.com.ve
	Bernardo Martínez		gerentedemercadeo@epa.com.ve
Faber Castell Venezuela	Yilú Rivas	0426-536-27-97	yilu.rivas@eurotrading.com.ve
Fundación Constitución			
Generall Mills	Arturo Ottengo		arturo.ottengo@genmills.com

Helados EFE	Juan Carlos Sarli		juan.sarli@productos-efe.com
Hoy Que Hay	Giorgio Saturno		gsaturno@glbsmart.com
In Focus Producciones	José Díaz		infocusproducciones@hotmail.com
Kraft	María Pulido	0414-927-15-59	maria.pulido@kraftfoods.com
	María Grazia Landi	0414-334-39-19	maria.landi@kraftfoods.com
	María Fuenmayor		maria.fuenmayor@kraftfoods.com
Laboratorios Vargas	Eleonora Barazarte	0414-133-00-95	ebarazarte@lvargas.com
La Mega 107.3 FM	María Virginia Salinas	0414-273-30-09	mvsalinas@unionradio.com.ve
Nestlé	María Matos	0212-820-84-88	maria.matos@ve.nestle.com
	Yennys Cuberos	0212-820-84-85	yennys.cuberos@ve.nestle.com
PEPSICO	María Laura Arroyo		maria.arroyo@pepsico.com
	Mary Carmen Parra	0212-202-86-86	marycarmen.parra@pepsico.com
	Guillermo Prieto		guillermo.prieto@pepsico.com
Pernod Ricard Vzla.	Yelitza Ferrer	0412-311-63-00	yfronchima@yahoo.es
Radar de La Mega	Luis Mancera	0414-334-58-44	luismancera@mac.com
Ron Carúpano	Mariana Amengual	0212-753-83-97	m.amengual@roncarupano.com
Santa Teresa	Carlos Herrera	0414-915-53-71	cherrera@ronsantateresa.com
Unilever	Andrea Piñero		andrea.pinero@unilever.com
Yoguen Fruz	Kristina Antonorsi	0412-257-08-08	

Fuente: elaboración propia.

ANEXO H

MODELOS CARTAS DE SOLICITUD DE PATROCINIO

Caracas, día de mes de 2011.

Señores
Empresa
Presente

Atención
Nombre persona encargada

“Al Arte le dan Sabana”, Mi Querencia a Tío Simón es una iniciativa de proyecto final de carrera organizado por 4 estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Monteávila, quienes buscan con este evento apoyar el talento artístico nacional y hacer un homenaje diferente a una de las figuras más importantes de la cultura venezolana: Simón Díaz.

Simón Díaz es el más célebre músico, compositor e intérprete del género popular venezolano y su obra es considerada como uno de los legados más importantes tanto para la música popular venezolana como para el repertorio musical del resto del continente. Su carrera musical, de más de 50 años, lo han hecho merecedor de premios como la "Orden del Libertador en su Orden de Gran Cordón" y el Grammy Latino a la Trayectoria. Sus canciones han sido versionadas por más de 30 artistas a nivel mundial, por lo que es considerado uno de los compositores populares más valiosos y universales de América Latina. Simón Díaz se ha convertido así en una referencia obligada y pieza indiscutible de la historia de la música popular, tanto en Venezuela como en el resto del mundo.

El evento está constituido por una exposición creativa en donde pintores, escultores, diseñadores gráficos, fotógrafos, diseñadores industriales, chefs y diseñadores de moda presentarán sus obras inspiradas en Simón Díaz, cada una desde su disciplina y estilo artístico. Esta exposición, además de contar con la participación de 25 artistas, estará acompañada de 7 presentaciones acústicas de bandas nacionales, tales como Famasloop, Nana Cadavieco, Fuego Montevideo, Rafael Rico, Primera Edición, La Vida Bohème y Okills, las cuales versionarán las canciones más importantes de este cantautor venezolano.

DATOS DEL EVENTO:

Lugar: Centro de Arte Los Galpones. Los Chorros

Fecha: 26 de febrero de 2012

Horario: 11 A.M. – 8 P.M.

Capacidad: 600 personas en rotación constante

Período de permanencia aproximado: 1 hora

CONSIDERACIONES Y ATRIBUTOS DEL EVENTO PARA LA MARCA

- Target del evento: hombres y mujeres entre 18 y 35 años.
- Nivel socioeconómico: A, B, C+.
- Público amante del ámbito cultural, creativo, innovador y que buscan una experiencia diferente.
- Entrada libre.
- Medios involucrados: Globovisión, La Mega 107.3 FM, Look Caras, revista OJO, Ocean Drive, El Chigüire Bipolar, Todo en Domingo, Revista DDA.
- Alianzas estratégicas en Web 2.0 con medios y personalidades:
- **TV:** Globovisión (1.051.653 seguidores).
- **Radio:** La Mega Estación 107.3 FM (140.349 seguidores), Zona Escolar (18.182 seguidores).
- **Personalidades:** Roland Carreño (161.695 seguidores), Nelson Bocaranda (448.417 seguidores), Sumito Estévez (190.352 seguidores), Led Varela (9.896 seguidores), Bettsimar Díaz (10.600 seguidores).
- **Medios digitales:** Chigüire Bipolar (427.573 seguidores), Guatafoc (9.221 seguidores).
- **Instituciones y organizaciones:** Festival Ni tan Nuevas Bandas (8.484 seguidores), CEUMA (2.910 seguidores)
- **Bandas:** Rawayana (14.223 seguidores), La Vida Bohème (47.612 seguidores), Primera Edición (3.077 seguidores), Americania (5,087 seguidores), Nana Cadavieco (18.892 seguidores), Famasloop (10.806 seguidores).

Al ser este evento un proyecto sin fines de lucro y organizado por una institución educativa es necesario contar con el apoyo de organizaciones privadas para su realización. Es por esto que sería de gran ayuda poder contar con su apoyo como empresa. A cambio de su aporte podemos ofrecerle distintas opciones que pueden resultar beneficiosas para su compañía. De ser posible quisiéramos fijar una pequeña reunión para presentar el proyecto y ofrecerle los distintos planes de patrocinio disponibles.

Para finalizar, queremos agradecerles de antemano por su atención e interés. Así mismo, deseamos reiterarles la confianza y seguridad que nos transmite su prestigiosa empresa para el éxito de este evento.

Para cualquier duda o información pueden contactarnos a través de:

alarteledansabana@gmail.com

Gabriela Vera 0414-310-17-20

Marian Ferrer 0412-233-00-95

Marisabel Van Der Biest 0414-306-19-80

Eugenia Valero 0414-293-68-15



Muchas gracias por su atención e interés,

Al Arte le dan Sabana

Caracas, día de mes de 2011.

Señores
Empresa
Presente

Atención
Nombre persona encargada

“**Al Arte le dan Sabana**”, **Mi Querencia a Tío Simón** es una iniciativa de proyecto final de carrera organizado por 4 estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Monteávila, quienes buscan con este evento apoyar el talento artístico nacional y hacer un homenaje diferente a una de las figuras más importantes de la cultura venezolana: Simón Díaz.

Simón Díaz es el más célebre músico, compositor e intérprete del género popular venezolano y su obra es considerada como uno de los legados más importantes tanto para la música popular venezolana como para el repertorio musical del resto del continente. Su carrera musical, de más de 50 años, lo han hecho merecedor de premios como la "Orden del Libertador en su Orden de Gran Cordón" y el Grammy Latino a la Trayectoria. Sus canciones han sido versionadas por más de 30 artistas a nivel mundial, por lo que es considerado uno de los compositores populares más valiosos y universales de América Latina. Simón Díaz se ha convertido así en una referencia obligada y pieza indiscutible de la historia de la música popular, tanto en Venezuela como en el resto del mundo.

El evento está constituido por una exposición creativa en donde pintores, escultores, diseñadores gráficos, fotógrafos, diseñadores industriales, chefs y diseñadores de moda presentarán sus obras inspiradas en Simón Díaz, cada una desde su disciplina y estilo artístico. Esta exposición, además de contar con la participación de 25 artistas, estará acompañada de 7 presentaciones acústicas de bandas nacionales, tales como Famasloop, Nana Cadavieco, Fuego Montevideo, Rafael Rico, Primera Edición, La Vida Bohème y Okills, las cuales versionarán las canciones más importantes de este cantautor venezolano.

DATOS DEL EVENTO:

Lugar: Centro de Arte Los Galpones. Los Chorros
Fecha: 26 de febrero de 2012
Horario: 11 A.M. – 8 P.M.
Capacidad: 600 personas en rotación constante
Período de permanencia aproximado: 1 hora

CONSIDERACIONES Y ATRIBUTOS DEL EVENTO PARA LA MARCA

- Target del evento: hombres y mujeres entre 18 y 35 años.
- Nivel socioeconómico: A, B, C+.

- Público amante del ámbito cultural, creativo, innovador y que buscan una experiencia diferente.
- Entrada libre.
- Medios involucrados: Globovisión, La Mega 107.3 FM, Look Caras, revista OJO, Ocean Drive, El Chigüire Bipolar, Todo en Domingo, Revista DDA.
- Alianzas estratégicas en Web 2.0 con medios y personalidades:
- TV:** Globovisión (1.051.653 seguidores).
- Radio:** La Mega Estación 107.3 FM (140.349 seguidores), Zona Escolar (18.182 seguidores).
- Personalidades:** Roland Carreño (161.695 seguidores), Nelson Bocaranda (448.417 seguidores), Sumito Estévez (190.352 seguidores), Led Varela (9.896 seguidores), Bettsimar Díaz (10.600 seguidores).
- Medios digitales:** Chigüire Bipolar (427.573 seguidores), Guatafoc (9.221 seguidores).
- Instituciones y organizaciones:** Festival Ni tan Nuevas Bandas (8.484 seguidores), CEUMA (2.910 seguidores).
- Bandas:** Rawayana (14.223 seguidores), La Vida Boheme (47.612 seguidores), Primera Edición (3.077 seguidores), Americania (5,087 seguidores), Nana Cadavieco (18.892 seguidores), Famasloop (10.806 seguidores).

Para la realización de este evento estamos considerando un costo total de 95.000 BsF, que incluye: honorarios a las bandas invitadas, iluminación para el interior y exterior de la exposición, sonido, backline, tarima, catering y servicio de agencia de festejo, vino y bebidas, montaje y decoración de las obras y de la exposición, publicidad del evento, obsequios de agradecimiento a los artistas, staff especializado de producción (director técnico, operador de consola), alquiler de la locación, toldo y demás servicios necesarios para garantizar un evento de calidad. Es por esto que sería de gran ayuda poder contar con su apoyo como empresa. A cambio de su aporte les ofrecemos distintas opciones que pueden resultar beneficiosas para su compañía y les garantizamos exclusividad de la marca en su categoría:

PATROCINANTE BRONCE

Pre-evento

- Presencia del logo de la marca dentro de las comunicaciones impresas del evento. (pendones, afiches, notas de prensa, flyers).
- Inclusión de la marca en la campaña viral para promocionar el evento a distribuir en las principales redes sociales: Facebook y Twitter.

Evento

- Presencia del logo de la marca en el backing de prensa utilizado el día de la exposición.

COSTO DE LA PROPUESTA: 20.000 BsF**PATROCINANTE PLATA****Pre-evento**

-Presencia compartida de su marca durante la promoción del evento y hasta el día del evento.

-Presencia del logo de la marca dentro de las comunicaciones impresas del evento (pendones, afiches, notas de prensa, flyers).

-Inclusión de la marca en la campaña viral para promocionar el evento a distribuir en las principales redes sociales: Facebook y Twitter.

-Presencia de la marca a través de actividades promocionales en la Universidad Monteávila durante el mes de promoción del evento (actividades a convenir).

Evento

-Presencia del logo de la marca en el backing de prensa utilizado el día de la exposición.

COSTO DE LA PROPUESTA: 40.000 BsF**PATROCINANTE ORO****Pre-evento**

-Presencia de su marca durante la promoción del evento y hasta el día del evento.

-Presencia del logo de la marca dentro de las comunicaciones impresas del evento (pendones, afiches, notas de prensa, flyers).

-Inclusión de la marca en la campaña viral para promocionar el evento a distribuir en las principales redes sociales: Facebook y Twitter.

Presencia de la marca a través de actividades promocionales en la Universidad Monteávila durante el mes de promoción del evento (actividades a convenir).

Evento

-Presencia del logo de la marca en la pantalla de video colocada en la exposición (ver anexo A).

-Presencia del logo de la marca en áreas señaladas en las estructuras de las luces utilizadas el día del evento (ver anexo B).

-Presencia del logo de la marca en áreas señaladas en los rótulos colocados en el piso para guiar la exposición (ver anexo C).

-Presencia del logo de la marca en el backing de prensa utilizado el día de la exposición.

COSTO DE LA PROPUESTA: 60.000 BsF

Para finalizar, queremos agradecerles de antemano por su atención e interés. Así mismo, le hacemos saber que estamos dispuestos a dialogar la posibilidad de cambios o sugerencias por parte de su compañía, y a su vez reiterarles la confianza y seguridad que nos transmite su prestigiosa empresa para el éxito de este evento.

Para cualquier duda o información pueden contactarnos a través de:

alarteledansabana@gmail.com

Gabriela Vera 0414-310-17-20

Marian Ferrer 0412-233-00-95

Marisabel Van Der Biest 0414-306-19-80

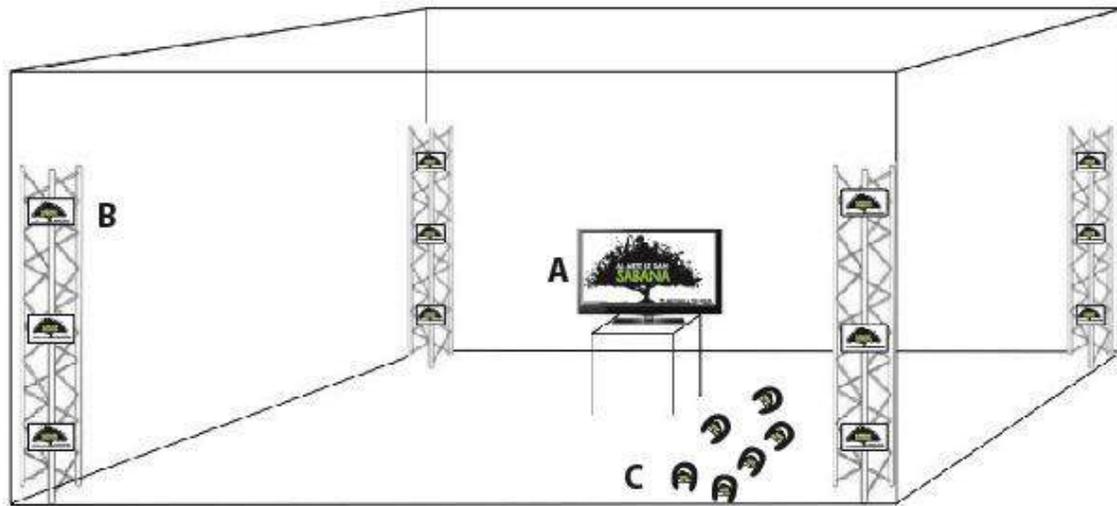
Eugenia Valero 0414-293-68-15



Muchas gracias por su atención e interés,

Al Arte le dan Sabana.

ANEXO



ANEXO I

PROPUESTA DIRIGIDA DE PATROCINIO

Caracas, 10 de enero de 2012.

Señores
Faber Castell Venezuela
Presente

Atención
Rafael Pérez

“Al Arte le dan Sabana”, Mi Querencia a Tío Simón es una iniciativa de proyecto final de carrera organizado por 4 estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Monteávila, quienes buscan con este evento apoyar el talento artístico nacional y hacer un homenaje diferente a una de las figuras más importantes de la cultura venezolana: Simón Díaz.

Simón Díaz es el más célebre músico, compositor e intérprete del género popular venezolano y su obra es considerada como uno de los legados más importantes tanto para la música popular venezolana como para el repertorio musical del resto del continente. Su carrera musical, de más de 50 años, lo han hecho merecedor de premios como la "Orden del Libertador en su Orden de Gran Cordón" y el Grammy Latino a la Trayectoria. Sus canciones han sido versionadas por más de 30 artistas a nivel mundial, por lo que es considerado uno de los compositores populares más valiosos y universales de América Latina. Simón Díaz se ha convertido así en una referencia obligada y pieza indiscutible de la historia de la música popular, tanto en Venezuela como en el resto del mundo.

El evento está constituido por una exposición creativa en donde pintores, escultores, diseñadores gráficos, fotógrafos, diseñadores industriales, chefs y diseñadores de moda presentarán sus obras inspiradas en Simón Díaz, cada una desde su disciplina y estilo artístico. Esta exposición, además de contar con la participación de 25 artistas, estará acompañada de 7 presentaciones acústicas de bandas nacionales, tales como Famasloop, Nana Cadavieco, Fuego Montevideo, Rawayana, Primera Edición, La Vida Boheme y Americania, las cuales versionarán las canciones más importantes de este cantautor venezolano.

DATOS DEL EVENTO:

Lugar: Centro de Arte Los Galpones. Los Chorros
Fecha: 26 de febrero de 2012
Horario: 11 A.M. – 8 P.M.
Capacidad: 600 personas en rotación constante

Período de permanencia aproximado: 1 hora

CONSIDERACIONES Y ATRIBUTOS DEL EVENTO PARA LA MARCA

- Target del evento: hombres y mujeres entre 18 y 35 años.
- Nivel socioeconómico: A, B, C+.
- Público amante del ámbito cultural, creativo, innovador y que buscan una experiencia diferente.
- Entrada libre.
- Medios involucrados: Globovisión, La Mega 107.3 FM, Look Caras, revista OJO, Ocean Drive, El Chigüire Bipolar, Todo en Domingo, Revista DDA.
- Alianzas estratégicas en Web 2.0 con medios y personalidades:
- TV:** Globovisión (1.051.653 seguidores).
- Radio:** La Mega Estación 107.3 FM (140.349 seguidores), Zona Escolar (18.182 seguidores).
- Personalidades:** Roland Carreño (161.695 seguidores), Nelson Bocaranda (448.417 seguidores), Sumito Estévez (190.352 seguidores), Led Varela (9.896 seguidores), Bettsimar Díaz (10.600 seguidores).
- Medios digitales:** Chigüire Bipolar (427.573 seguidores), Guatafoc (9.221 seguidores).
- Instituciones y organizaciones:** Festival Ni tan Nuevas Bandas (8.484 seguidores), CEUMA (2.910 seguidores).
- Bandas:** Rawayana (14.223 seguidores), La Vida Boheme (47.612 seguidores), Primera Edición (3.077 seguidores), Americania (5,087 seguidores), Nana Cadavieco (18.892 seguidores), Famasloop (10.806 seguidores).

Para la realización de este evento estamos considerando un costo total de 95.000 BsF, que incluye: honorarios a las bandas invitadas, iluminación para el interior y exterior de la exposición, sonido, backline, tarima, catering y servicio de agencia de festejo, vino y bebidas, montaje y decoración de las obras y de la exposición, publicidad del evento, obsequios de agradecimiento a los artistas, staff especializado de producción (director técnico, operador de consola), alquiler de la locación, toldo y demás servicios necesarios para garantizar un evento de calidad. Es por esto que sería de gran ayuda poder contar con su apoyo como empresa. A cambio de su aporte les ofrecemos distintas opciones que pueden resultar beneficiosas para su compañía y les garantizamos exclusividad de la marca en su categoría:

PROPUESTA DIRIGIDA FABER CASTEL

-Les ofrecemos la asignación de un lugar en el espacio de exposición del evento, junto a las demás obras participantes en donde el público podrá interactuar directamente con la marca, a través de un lienzo con un dibujo preestablecido realizado por un artista, el cual podrán pintar con los productos de su empresa. Este dibujo será alegórico al tema

de la exposición y será entregado al final del evento a Simón Díaz como recuerdo de la marca y los asistentes a su persona.

-El diseño de lugar de exposición está a convenir de acuerdo a sus recursos y de lo que nuestro equipo pueda ofrecerles.

-Presencia del logo de la marca dentro de las comunicaciones impresas del evento (pendones, afiches, notas de prensa, flyers).

-Inclusión de la marca en la campaña viral para promocionar el evento a distribuir en las principales redes sociales: Facebook y Twitter.

-Presencia de la marca a través de actividades promocionales en la Universidad Monteávila durante el mes de promoción del evento (actividades a convenir).

COSTO DE LA PROPUESTA: 35.000 BsF

Para finalizar, queremos agradecerles de antemano por su atención e interés. Así mismo, le hacemos saber que estamos dispuestos a dialogar la posibilidad de cambios o sugerencias por parte de su compañía, y a su vez reiterarles la confianza y seguridad que nos transmite su prestigiosa empresa para el éxito de este evento.

Para cualquier duda o información pueden contactarnos a través de:

alarteledansabana@gmail.com

Gabriela Vera 0414-310-17-20

Marian Ferrer 0412-233-00-95

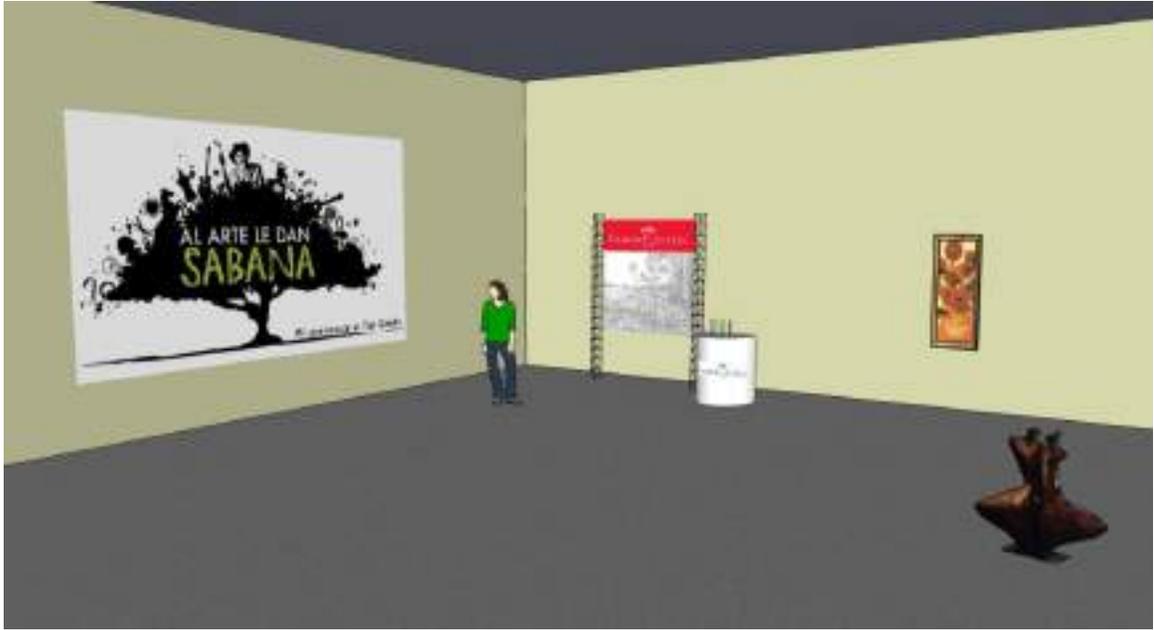
Marisabel Van Der Biest 0414-306-19-80

Eugenia Valero 0414-293-68-15



Muchas gracias por su atención e interés,

Al Arte le dan Sabana.



ANEXO J

PLANO 3D EXPOSICIÓN

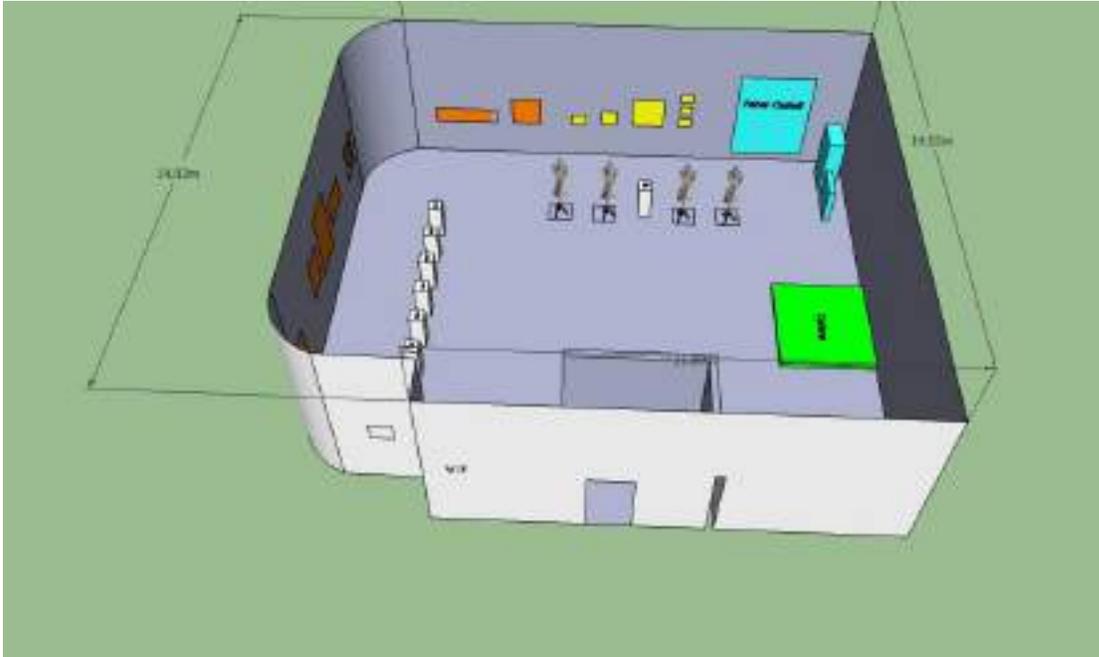


Figura 10. Croquis 3D Google Sketchup exposición.
Fuente: elaboración propia.

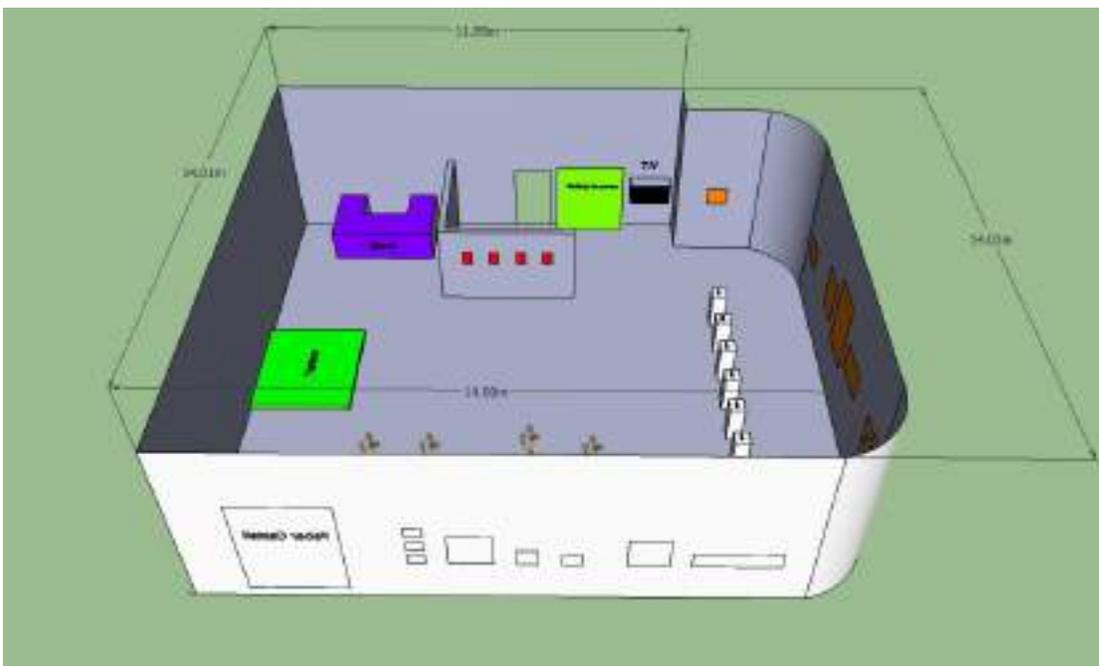


Figura 11. Croquis 3D Google Sketchup exposición.
Fuente: elaboración propia.

ANEXO K

MATERIAL GRÁFICO EXPOSICIÓN



Figura 12. Rótulo logo del evento y patrocinantes.
Fuente: elaboración propia.



Figura 13. Rótulos sonido dirigido y entrada
Fuente: elaboración propia.

ANEXO L

EXPENDIO DE LICORES

MONTO TOTAL <input type="text" value="490,00"/>		PAGAR ANTES <input type="text" value="29/02/2012"/>		
CÓDIGO/IFE		N° DE PLANILLA: 		
NOMBRE/AZÓN SOCIAL		C.I./RFP:	N° ÚNICO CONTRIBUYENTE	
Pago: Tasa		4-09901	050061000001	
TIPO DE TRIBUTO / TASA		DOMICILIO DECLARADO		N° DE CUENTA BENTA
TASA ADMINISTRATIVA				N° DE CUENTA NUEVA

FECHA	CONCEPTO	FECHA VENCIMIENTO	MONTO
24/02/2012	TASA ADMINISTRATIVA		490,00
MONTO TOTAL (B&F.)			490,00



Alcaldía Municipio Sucre
Dirección de Rentas Municipales
Sucre-Puerto Miranda
S de Venezuela

Área de Validación del banco (Firma y sello del cajero):

El pago de esta Cuenta se realiza necesariamente la entrega de todas las obligaciones, multas y sanciones pendientes (pueden existir obligaciones expiradas la referencia)

Centro Cívico Ciudad Nueva Miranda, Caracas, estado Miranda
www.alcaldiamunicipiosucre.gov.ve
Atención al Ciudadano: (068) 84501000 / (068) 84501001
Emergencias Policiales (0212) 249.21.11 - 25.11 - 43.88 / Protección Civil: (0212) 271.87.60 / 198.60 / Tránsito: (0212) 348.88.78

Fecha de Emisión: 24/02/2012 Operador: Nady Guezo Avila (jocoma)

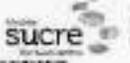
MONTO TOTAL <input type="text" value="490,00"/>			Área de Validación del banco (Firma y sello del cajero)
PAGAR ANTES DE <input type="text" value="29/02/2012"/>			
CÓDIGO: 540 N° DE PLANILLA: 			
NOMBRE / RAZÓN SOCIAL: Pago: Tasa			
C.I. / RFP: 4-09901			
Fecha de Emisión: 24/02/2012		Operador: Nady Guezo Avila (jocoma)	

Figura 17. Pago para tramitar expendio de licores.
Fuente: elaboración propia.

ANEXO M

BASE DE DATOS EQUIPO DE PROTOCOLO

Tabla 3. Base de datos equipo de protocolo.

Cargo	Nombre	Teléfono
Asistencia de Producción	Matilde Van Der Biest	0414-288-67-86
Directo técnico	Tyrone Vera	0412-221-66-74
	Luis Hernández	0424-186-44-66
Asistencia de barra	Juan Hernández	
	Pedro Sánchez	0412-304-11-89
Medios Asistencia degustaciones	Carlota Guillén	0412-336-57-93
	Valentina Africano	0414-180-75-10
	Andrés Dielingen	0412-285-47-28
Entrada y seguridad	Carolina Africano	0414-180-75-07
Supervisión exposición	Oriana Vera	0414-107-51-88
	Jorge Manzoni	0414-201-91-80
Bandas	Luis Guillermo Altuve	0412-260-66-22

Fuente: elaboración propia.

ANEXO N

OBSEQUIO ARTISTAS PARTICIPANTES



Figura 18. Obsequio para artistas participantes.
Fuente: elaboración propia.

ANEXO Ñ

PROGRAMA DEL EVENTO

DE 11:00 AM A 8:00 PM



Tabla 4. Programa del evento.

11:00 A.M.	Apertura del evento a todo público
2:30 P.M.	Degustación de la Chef Aneliese Mayorca
4:00 P.M.	Montaje Rafael Rico
4:05 P.M.	Rafael Rico
4:10 P.M.	Desmontaje Rafael Rico
4:15 P.M.	Montaje Okills
4:20 P.M.	Okills
4:25 P.M.	Desmontaje Okills
4:30 P.M.	Montaje Fuego Montevideo
4:35 P.M.	Fuego Montevideo
4:40 P.M.	Desmontaje Fuego Montevideo
5:00 P.M.	Degustación del ICC
6:30 P.M.	Brindis de celebración
6:45 P.M.	Montaje Nana Cadavieco
6:50 P.M.	Nana Cadavieco
6:55 P.M.	Desmontaje Nana Cadavieco
7:00 P.M.	Montaje 1era Edición
7:05 P.M.	1era Edición (Invitado especial: Abeja de Rawayana)
7:10 P.M.	Desmontaje 1era Edición
7:15 P.M.	Montaje Famasloop
7:20 P.M.	Famasloop
7:25 P.M.	Desmontaje Famasloop
7:30 P.M.	Montaje La Vida Bohème
7:35 P.M.	La Vida Bohème
7:40 P.M.	Desmontaje la vida Bohème
8:00 P.M.	Clausura del evento a todo público

Fuente: elaboración propia.

Leyenda:

	Montaje Banda
	Presentación en vivo
	Desmontaje Banda

ANEXO O

LOGOTIPO DEL EVENTO



Figura 19. Logo del evento.
Fuente: elaboración propia.

ANEXO P

IDENTIDAD GRÁFICA DEL EVENTO



Figura 20. Afiche del evento, modelo artistas.
Fuente: elaboración propia.



Figura 21. Afiche del evento, modelo bandas.
Fuente: elaboración propia.



Figura 22. Banner interno Hoy Que Hay.
Fuente: elaboración propia.



Figura 23. Banner página principal Hoy Que Hay.
Fuente: elaboración propia.



Figura 24. Tríptico entregado en el evento (tiro). Fuente: elaboración propia.

AL ARTE LE DAN SABANNA

'N Arte le dan Sabana', 'N Queerito o 'To Sónen en una receta de Proyecto Final de Camino organizado por Marina Fiebert, Myriam del Val, Dier Bleit, Gabriela Viera y Eugenia Vicens, estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Montevideo, quienes buscan con este evento apoyar el talento artístico nacional y hacer un homenaje a una de las figuras más importantes de la cultura venedolenta: Sónen Díaz.

Sónen Díaz es el más célebre músico compositor e intérprete del género popular venedolenta y su obra es considerada como uno de los legados más importantes tanto para la música popular venedolenta como para el patrimonio musical del resto del continente. Su carrera musical, de más de 50 años, lo ha hecho ser conocido de países como la Orden del Libertador en su Orden de Gran Cordon' y el Granma Latino o la Inspectoría. Sus canciones han sido versionadas por más de 30 artistas a nivel mundial, por lo que es considerado uno de los compositores populares más exitosos y universales de América Latina. Sónen Díaz se ha convertido en una referencia obligada y poco indelible de la historia de la música popular tanto en Venezuela como en el resto del mundo.

El evento será organizado por una exposición llevada en donde pinturas, esculturas, diseños gráficos, litografías, diseños industriales, dibujos y fotografías de modo permanente en una muestra en Sónen Díaz, como una muestra su diseño y estilo artístico. Esta exposición, además de contar con la participación de 27 artistas, habrá un taller de diseño gráfico y litografía, una muestra de bandas venedolentas de 7 presentaciones, una muestra de bandas venedolentas, las cuales versionaron las canciones más importantes de este cantante venedolenta.

PINTURA

Sabana Luz
Curtina Fenduliz
700 x 50 cm
Técnica mixta.

Vaca Murguio
Eliso Abad
94 x 93 cm
Oleo sobre madera

Cor '3' Sabana y Sónen
María Chávez
60 x 50 cm
Acilico sobre tela

Serie Tornado de Luis Llano
Amanda Zulo
Belleza
124 x 82 cm
Oleo sobre tela

Sabana
80 x 120 cm
Oleo sobre tela

Sobre la ciudad
120 x 205 cm
Oleo sobre tela

Contingente Ganar'
Alfonso Montiel
2 piezas: 67,5 x 40 cm,
3 piezas: 34,5 x 34,5 cm
Tinta china y carboncillo sobre papel y acuarela

Mentales Cruzadas
Carina Siviero
70 x 70 cm
Collage: Cede, dibujo y acuarela

DISEÑO GRÁFICO

The Force is strong with this one
Cedricio Cristofic (Ivan Alvariz)

26 x 43 cm
Técnica mixta.

La Fortaleza del Fuerteche
Fernando Rodríguez
75 x 100 cm
Técnica mixta.

ESCULTURA

Colgarse Sónen Díaz
Andrés Montes de Oca
70 x 70 cm
Pielado con espuma.

4ACP
Andrés Celis
34 x 34 x 80 cm
Tallado manual en madera y pintura acrílica.

Caden de Anaco Acuario
Andrés Acosta
40 x 17 x 35 cm
Técnica mixta, pintura, materiales diversos.

Mercader'
Doris Velasco
24 x 61 x 6 cm
Cartón polimérico sobre FDCs pintado con acrílico y pintura en spray.

Mary 'Dax'
Jesús Portales
15 x 30 15 cm
Técnica mixta.

DISEÑO DE MODA

Del Ullano a la Ciudad'
Valentina Gordón
Lino: empujado con oil.

Elvite Uzu Uzu'
Iliana Gil (Pavola HCO)
Rayón entropado.

A 2 Cuantos
Eugenia Toth (Salskai)
Técnica mixta.

Carretero Llano
Concepción Quiroga
Técnica costura mixta.

Donita como el Turpial
Lucía de Iriarte Luján & María Gabriela Mariani
Técnica mixta.

Figura 25. Tríptico entregado en el evento (retiro).
Fuente: elaboración propia.



Figura 26. Invitación digital del evento.
Fuente: elaboración propia.

ANEXO Q

PRESUPUESTO

Tabla 5. Presupuesto final del evento.

Alquiler Locación	2500
Alquiler paredes a locación	600
Valet parking	4144
Seguridad	1200
Impuestos	450
Backline bandas	3000
Director técnico	1500
Montaje equipo de sonido	300
Sonido bandas	12000
Pago bandas	30000
Cónsola	1000
Operador de consola	1500
Iluminación	6000
Sonido dirigido	1000
Catering	7000
Brindis	600
Mesoneros	2900
Refrigerio protocolo	800
Podio largo	330
Podios	2100
Gramma decoración tarima	1000
Rejas decoración tarima	630
Backing de prensa	600
Materiales producción	1546
Materiales montaje obras	3500
Rótulos	800
Fichas Técnicas	646
Rótulos logo evento	1000
rótulo sonido dirigido	490
Regalo artistas	2000
Tríptico	3200
Pendones y afiches	403
TOTAL	94739

Fuente: elaboración propia.

ANEXO R

PLAN DE MEDIOS ORGANIZADO POR LAS PRODUCTORAS

En cuanto a medios impresos se envió la nota de prensa a los siguientes medios de comunicación, así como también se convocaron los mismos para cubrir el evento.

Tabla 6. Base de datos medios impresos para plan de medios.
Fuente: elaboración propia.

Medio	Nombre	Teléfono	E-mail
PRENSA			
El Nacional	Gerardo Guarac	0414-904-23-43	gguarache@el-nacional.com
El Universal	Simón Villamizar	0212-505-23-77	svillamizar@eluniversal.com
Primera Hora	Humberto Sánchez	0424-166-69-19	hsanchez@el-nacional.com
Tal Cual	Scarlett García	0414-588-20-94	scarletmadagarcia@gmail.com
Últimas Noticias	Luis Villapol	0414-275-28-05	lvillapol@cadena-capriles.com
REVISTAS			
DDA	Diego García	0414-290-68-44	
Guayoyo en letras	Mariana Zúñiga	0414-130-98-75	mariana.ch.zuniga@gmail.com
Look Caras	Roland Carreño	0414-119-18-60	
Ocean Drive	Anabelly Espina	0414-330-02-23	aespina@oceandrive.com.ve
Plátano Verde	Alejandro Encinas		platanius@gmail.com
Revista Ojo	Carla Quesada Joseph Artiles	0412-270-50-72	ojorespaldo@gmail.com josephartiles@gmail.com
Todo en Domingo	Rosanna Di Turi Ángela Feijoo	0414-182-56-67 0412-629-14-83	rdituri@el-nacional.com afeijoo@el-nacional.com

En radio y televisión se pautaron entrevistas en los programas mencionados a continuación, llevadas a cabo en las 3 semanas de promoción del evento, así como también se convocó la cobertura del evento por parte de La Mega 107.3 FM y Globovisión.

Tabla 7. Bases de datos medios audiovisuales para plan de medios.

Medio	Programa	Nombre	Teléfono	Fecha
RADIO				
92.9 FM	Secuenciados	María Gabriela	0414-235-34-79	23/02/2012
Éxitos 99.9 FM	La Cola Feliz	Michelle de Sousa	0414-256-60-94	13/02/2012
	César Miguel Rondón		0414-631-19-69	23/02/2012
La Mega 107.3 FM	A la cuenta de 3	Ivette Domínguez	0414-365-72-78	14/02/2012
	2 Horas de Música Mega	Ivette Domínguez	0414-365-72-78	24/02/2012
	Zona Escolar	Eugenia Valero	0414-293-68-15	1/2/12
Onda 107.9 FM	Un Mundo Perfecto	Eder Natera	0414-259-29-65	22/02/2012
Radio UMA	Impulso Creativo	Luis Palmero	0414-143-55-89	16/02/2012
TV				
Globovisión	Buenas Noches	Mirla Castellanos		24/02/2012
	Mujeres en Todo	Verónica Rasquín	0414-326-00-26	15/02/2012

Fuente: elaboración propia.

En lo que se refiere a medios digitales, se envió la nota de prensa a los sitios Web mencionados a continuación para su publicación. Adicionalmente, se hizo convocatoria a los mismos para que cubrieran el evento.

Tabla 8. Base de datos medios digitales para plan de medios.

Medio	Dominio /Twitter	Nombre	E-mail
Agencia Carabobeña de Noticias	www.acn.com.ve @ACNoticias	Belkys Mendible	mercadeo@acn.com.ve
Comunica Ccs	www.comunicaccs.wordpress.com @Comunicaccs	Julio Materano	comunicaccs@hotmail.com
Distorxión	www.distorxion.com / @distorxión	César Rivas	cesar8962@gmail.com
Globovisión	www.globovisión.com / @globovision		
Hoy que hay	www.hoyquehay.net / @hoyquehay	Giorgio Saturno	gsaturno@hoyquehay.com.ve
La Mega 107.3 FM	www.lamegaestacion.com / @lamega107	María Virginia Salinas	mvsalinas@unionradio.com.ve
Revista Ojo	www.revistaojo.com	Carla Quesada Joseph Artiles	ojorespaldo@gmail.com josephartiles@gmail.com

Sin Flash	www.sinflash.com / @sinflash	Reveka Hurtado	r.hurtado@sinflash.biz
Toto Aguerrevere	www.totoaguerrevere.com	Juan Aguerrevere	totoaguerrevere@gmail.com
Unión Radio	www.unionradio.net	María Virginia Salinas	mvsalinas@unionradio.com.ve
Urbe Rock	www.urberock.com /@UrbeRock	George Skate	urberock@yahoo.es
Zona Escolar	www.zonescolar.net /@zonaescolar	Eugenia Valero	eualero2000@hotmail.com

Fuente: elaboración propia.

ANEXO S

PLAN DE MEDIOS ALCANZADO ADICIONAL AL SUGERIDO

Adicional al plan de medios planificado por las organizadoras se recibió el apoyo por medio de publicaciones y entrevistas en los medios mencionados a continuación.

Radio:

- Éxitos 99.1 FM de Valencia en el programa “La Tarde en Éxitos”. 25/01/2012
- Onda 95.1 FM en el programa “Las Reinas del Guaguancó”. 15/02/2012.
- Emisora Cultural de Caracas 97.7 FM en el programa Zona Libre. 16/02/2012.
- Frecuencia Mágica 99.1 FM en el programa Nitú Pérez Osuna. 23/02/2012.
- Actualidad 90.3 FM en el programa “En Agenda”. 23/02/2012.
- Frecuencia Mágica 99.1 FM en el programa ¡Qué ciudad! 24/02/2012.

Web y redes sociales:

Tabla 9. Base de datos cobertura adicional de medios digitales.

Medio	Dominio /Twitter
Asociación Venezolana de Artistas Plásticos	www.infovap.blogspot.com
Bettsimar Díaz	@BettsimarDíaz
Bobby Comedia	@BobbyComedia
Bulevarts	www.bulevarts.com
CEUMA	@Ceumonteavila
Código Venezuela	www.codigovenezuela.com
Diario Metropolitano	www.diariometropolitano.comve
Eventos Venezuela	www.eventosvenezuela.com
Famasloop	@Famasloop
Fuego Montevideo	@FuegoMontevideo
Fundación Interencuentros	www.interencuentros.org.ve
Guayana de Origen Urbano	www.gou.com.ve
Henry D'Arthenay	@henrydarthenay
La Noticia de Oriente	www.noticiadeoriente.com.ve

Led Varela	@LedVarela
Made in Caracas	www.madeincaracas.blogspot.com
Mumoar	www.mumoar.tumblr.com
Nana Cadavieco	@NanaVico
Okils	@somosokills
Primera Edición	@1raEdición
Radio UMA	@radio_uma
Rafael Rico	@RafaelRicoD
Revista La Gran Caracas	www.kinternacional.bligoo.co.uk
Revista tendencia	www.tendencia.com
Revista Tercio	www.tercio.com.ve
Sebastián Ayala	@Sebasboheme
Spot Web TV	www.spotwebtv.com
The Elite Channel	www.theelitechannel.blogspot.com
Tu Zona Caracas	@TuZonaCaracas

Fuente: elaboración propia.

Algunas publicaciones Web:



Figura 27. Publicación de nota de prensa en Zona Escolar.

Fuente: <http://www.zonaescolar.net>



Figura 28. Publicación de nota de prensa en Globovisión.

Fuente: <http://www.globovision.com>



Figura 29. Publicación de nota de prensa en Hoy Que Hay.
Fuente: <http://www.hoyquehay.net>



Figura 30. Publicación de nota de prensa en Eventos Venezuela.
Fuente: <http://www.eventosvenezuela.com>



Figura 31. Publicación de nota de prensa en Agencia Carabobeña de Noticias.
Fuente: <http://www.acn.com.ve>



Figura 32. Publicación de nota de prensa en Diario Metropolitano.
Fuente: <http://www.diariometropolitano.com.ve>



Figura 33. Publicación de nota de prensa en Agenda Cultural de Globovisión.
Fuente: <http://www.globovision.com>



Figura 34. Publicación de nota de prensa en Revista Tendencia de Maracaibo.
Fuente: <http://www.tendencia.com>

The image shows a screenshot of a news article on the website 'Código Venezuela'. At the top, there are logos for 'CODIGO VENEZUELA.COM', 'Banesco Contigo en el Estadio', and 'Clic aquí para ir al sitio de noticias'. Below the logos is a navigation bar with 'Inicio', 'política', 'deportes', and 'opinión'. The main headline reads 'Al arte le dan sabana en los Galpones de los Chorros'. The article text describes an art exhibition at the Centro de Arte Los Galpones de Los Chorros, featuring 27 artists and 7 bands. It mentions that the exhibition is free and includes various art forms like painting, sculpture, and photography. A small image of a Pepsi can is visible on the right side of the article.

Figura 35. Publicación de nota de prensa en Código Venezuela.
Fuente: <http://www.codigovenezuela.com>

The image shows a screenshot of a social media post from 'The Elite Channel'. The post features a large, stylized graphic with the text 'The Elite' in the center. Below the graphic, there is a section titled 'Evento: Al Arte le dan Sabana.' which includes a small image of a poster for the event. To the right of the poster, there is a list of tweets or posts related to the event, mentioning 'The Elite Channel' and 'Al Arte le dan Sabana'.

Figura 36. Publicación de nota de prensa en The Elite Channel.
Fuente: <http://www.theelitechannel.blogspot.com>

laNoticia deOrie .com.ve

Portada | Inicio | Deportes | Turismo | Internacional | Economía | Ciencia | Educación | Opinión | Cultura y Arte

Al Arte dan Sabana en homenaje a Simón Díaz

El día 26 de febrero de 2012 en las instalaciones del Centro de Arte Los Galpones en Los Chorrillos se llevará a cabo la exposición maestra "Al Arte le Dan Sabana", en la cual se darán a conocer 27 artistas plásticos venezolanos de 11 disciplinas distintas para homenajear al querido Simón Díaz. En el proyecto están participando artistas, escultores, diseñadores gráficos, fotógrafos, diseñadores de moda, cine, diseñadores de utilería y músicos, quienes homenajean a Tío Simón a través de una zona artística según su disciplina y estilo.

La exposición estará abierta a todo público desde las once de la mañana hasta las once de la noche y estará acompañada por diversas presentaciones artísticas de 7 importantes bandas venezolanas, entre las que figuran Orquesta Ayala y Henry D'Arbenay de La Vida Bohème, Rafael Rizo, Primera Edición, Fuego Montevideo, Fandango, Ocho y Siete Cadaveros quienes interpretarán las canciones más famosas de este inmortal venezolano en distintos estilos musicales.

Esta iniciativa nace como un proyecto for- de tierras, organizado por el Instituto de Comunicaciones Sociales de la Universidad Marisela, quienes buscan con este evento apoyar al talento artístico nacional y realizar un homenaje directo a uno de los figuras más importantes de la cultura venezolana: Simón Díaz. Este evento es una pequeña fiesta y lugar que busca la creación de un espacio para resaltar la importancia de Simón Díaz, de la cultura popular, el momento el momento de artistas nacionales emergentes.

Figura 37. Publicación de nota de prensa en La Noticia de Oriente.

Fuente: <http://www.noticiadoriente.com.ve>

INTERENCUENTROS

FINANCIAMIENTO para ASISTENTES y GRUPOS INDEPENDIENTES
EVENTOS de RESPONSABILIDAD SOCIAL

CULTURA PARA EL BIENESTAR SOCIAL

Fundación | Arte y Diseño | Danza | Literatura | Música | Talleres y concursos

Exposición Mi Querencia a Tío Simón

+1 | Tweet (2) | Me gusta | Enviar

Veintiete artistas venezolanos de 11 disciplinas diferentes, se unen para rendirle homenaje Simón Díaz, en la exposición creativa: "Al Arte le Dan Sabana, Mi Querencia a Tío Simón", que será presentada el próximo 26 de febrero en el Centro de Arte Los Galpones.

En el evento también participarán las bandas venezolanas: Primera Edición, Rafael Rizo, Fuego Montevideo, Fandango, Ocho y Siete Cadaveros y Sebastián Ayala y Henry D'Arbenay de La Vida Bohème, quienes estarán presentando covers de los temas más importantes del cantautor.

El público podrá disfrutar de la exposición de entrada gratuita, desde las 11:00am hasta las 8:00pm.

Calendario

2012-02-26
11:00 AM/8:00 PM
Centro de Arte Los Galpones, Los Chorrillos.

Costos

Entrada gratuita: 0,0

Figura 38. Publicación de nota de prensa en Fundación Interencuentros.

Fuente: <http://www.interencuentros.org.ve>



Figura 39. Cobertura del evento hecha por Sin Flash.
Fuente: <http://www.sinflash.com>



Figura 40. Publicación de nota de prensa hecha por Primera Clase.
Fuente: <http://www.primera-clase.com>

La sabana de Simón Díaz invadió Los Chorros



Cuatro estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Montevilla se propusieron la tarea de homenajear al músico, compositor e intérprete de *La Vaca Murgosa*, Simón Díaz, con un montaje bautizado *Al Arte Le Don Sabana. Mi Querencia a Tío Simón*, en el Centro de Arte Los Galpones, ubicado en Los Chorros, Caracas.



Figura 41. Cobertura del evento realizada por Blog Mumoar.
Fuente: <http://www.mumoar.tumblr.com>

ANEXO T

REDES SOCIALES

The image shows a screenshot of a Facebook page for the event 'Al arte le dan Sabana'. The page header includes the Facebook logo, a search bar, and the page name 'Al arte le dan Sabana' with a 'Inicio' link. A notification banner at the top states: 'Próximamente: nuevas páginas de Facebook. A partir del 30 de marzo de 2012, todas las páginas de Facebook tendrán un nuevo aspecto. Revisa ahora el nuevo diseño de tu página y prueba las nuevas funcionalidades.' Below this, there are buttons for 'Visualización previa' and 'Más información'. The main content area features a cover photo of a tree with the text 'AL ARTE LE DAN SABANA' and '26 MARZO 2012 AL PUNTO DE VISTA 11:00 - 8:00'. Below the cover photo, there are sections for 'Muro', 'Compartir' (with options for Estado, Foto, Enlace, Video, Pregunta), and a text input field for a post. There are two posts from the page: one asking for photos to be sent to 'alarteledansabana@gmail.com' and another promoting 'CCS Cupcake Shop' with a link to a coupon code. The right sidebar contains 'Consejos para páginas y consejos', 'Administradores (4)', and 'Usar Facebook como Gabriela'. The left sidebar shows navigation options like 'Muro', 'Información', 'Estadísticas', 'Fotos', 'Landing Page', and 'Eventos', along with a section for 'Acercas de' showing 1,094 likes and 113 people talking about it.

Figura 42. Página de Facebook del evento.

Fuente: Fuente: <http://www.facebook.com/alarteledansabana>

The image shows a screenshot of a Twitter profile page for the account '@ArteledanSabana'. The profile header includes the name 'Al Arte ledan Sabana', the handle '@ArteledanSabana', and a bio: 'Exposición creativa en homenaje a Simón Díaz. 26-02-2012 Centro de Arte Los Galpanes'. The profile statistics show 466 tweets, 313 following, and 708 followers. The main content area displays a list of tweets, including one from the account itself asking for photos and another from 'Urbe Rock' mentioning a video version of 'Tonada de Cabestrero' by Simón Díaz. A sidebar on the left contains navigation options like 'Tweets', 'Following', 'Followers', 'Favorites', 'Lists', 'Recent images', and 'Similar to you'.

Figura 43. Cuenta de Twitter del evento.
 Fuente: <http://www.Twitter.com/#!/ArteledanSabana>

ANEXO U

NOTA DE PRENSA



Al Arte le dan Sabana Mi Querencia a Tío Simón

El día 26 de febrero de 2012, desde las once de la mañana, en las instalaciones del Centro de Arte Los Galpones, ubicado en la Octava Transversal con Avenida Ávila de Los Chorros, se llevará a cabo la exposición creativa **“Al Arte le dan Sabana”**, un evento para todo público que reúne a 27 artistas para rendir tributo al gran cantautor venezolano Simón Díaz.

En **“Al Arte le dan Sabana”** estarán participando pintores, escultores, diseñadores gráficos, fotógrafos, diseñadores de moda, chefs, diseñadores industriales y músicos, quienes honrarán a Tío Simón a través de una pieza realizada según su disciplina y estilo. La exposición tendrá entrada gratuita y estará abierta a todo público desde las once de la mañana hasta las ocho de la noche y estará acompañada por breves presentaciones acústicas de 7 importantes bandas venezolanas, entre las que figuran Sebastián Ayala y Henry D’Arthenay de La Vida Bohème, Rafael Rico, Primera Edición, Fuego Montevideo, Famasloop, OKills y Nana Cadavieco quienes interpretarán las canciones más famosas de este cantautor venezolano versionadas en distintos estilos musicales.

Esta iniciativa nace como un proyecto final de carrera organizado por 4 alumnas de Comunicación Social de la Universidad Monteávila, quienes buscan con este evento apoyar el talento artístico nacional y realizar un homenaje diferente a una de las figuras más importantes de la cultura venezolana: Simón Díaz. Esta exposición es una propuesta fresca y original que busca la atención de un público joven para resaltar la importancia de Simón Díaz, de la cultura popular, e incentivar el conocimiento de artistas nacionales emergentes. Para más información sobre este proyecto: @Arteledansabana.



ANEXO V

CRONOGRAMA DE MONTAJE



Sábado 25 de Febrero

Tabla 10. Cronograma de montaje del evento sábado 25 de febrero.

9:00 A.M.	Backing de prensa y Televisión Persona encargada: Marian Ferrer
10:00 A.M.	Montaje de Iluminación Persona encargada: Marisabel Van Der Biest Contacto telefónico: Tyrone Vera (0424-2318747)
11:00 A.M.	Montaje de Tarima Persona encargada: Gabriela Vera Contacto telefónico: Sra. Carmencita
12:00 P.M.	Montaje de Faber Castell Persona encargada: Marisabel Van Der Biest Contacto telefónico: Yilú (04265362797)
1:00 P.M.	Break de Almuerzo
2:00 P.M.	Montaje de Backline y Cónsola Persona Encargada: Marisabel Van Der Biest Contacto telefónico:
3:00 P.M.	Montaje de Polar Persona encargada: Marisabel Van Der Biest Contacto telefónico: Omalis Sifontes (0412-2216674)

Fuente: elaboración propia.

Labores por disciplina respecto al montaje el Sábado 25:

Moda: Marisabel Van Der Biest

Pintura: Gabriela Vera

Diseño y fotografía: Eugenia Valero

Escultura y diseño industrial: Marian Ferrer

Degustaciones de Chefs: Marian Ferrer y Eugenia Valero

CRONOGRAMA MONTAJE:

Domingo 26 de Febrero:

Tabla 11. Cronograma de montaje del evento domingo 26 de febrero.

8:00 A.M	Montaje de Sonido Persona encargada: Eugenia Valero Contacto telefónico: Luis Mancera (0414-3345844)
8:00 A.M.	Montaje Backline y Cónsola Persona Encargada: Marisabel Van Der Biest Contacto telefónico: Tyrone Vera (0424-2318747)

Fuente: elaboración propia.

Personal Técnico:

- **Tyrone Vera:** sábado 25 (0412-2216674)
- **Luis Hernández:** domingo 27 (0424-1864466)

ANEXO W

PIEZAS EXPUESTAS

Pintura



“Sobre la ciudad”

Armando Zullo
120 x 206 cm.
Óleo sobre tela.
2012

Figura 44. Foto pintura "Sobre la ciudad"
Fuente: elaboración propia.



“Sabana”

Armando Zullo
80 x 120 cm.
Óleo sobre tela.
2012

Figura 45. Foto pintura "Sabana"
Fuente: elaboración propia.



“Reflejos”

Armando Zullo
124 x 82 cm.
Óleo sobre tela.
2012

Figura 46. Foto pintura "Reflejos"
Fuente: elaboración propia.



“Sabana Luz “

Gustavo Fernández
200 x 50 cm.
Técnica mixta.
2012

Figura 47. Foto pintura "Sabana Luz"
Fuente: elaboración propia.



Con “S” Sabana y Simón

Mario Gómez
60 x 50 cm.
Acrílico sobre tela.
2012

Figura 48. Foto pintura "Con S Sabana y Simón"
Fuente: elaboración propia.



“Vaca Mariposa”

Elisa Abadí
94 x 93 cm.
Óleo sobre madera.
2012

Figura 49. Foto pintura "Vaca Mariposa"
Fuente: elaboración propia.



Figura 50. Foto pintura "Memorias Cruzadas"
Fuente: elaboración propia.

"Memorias Cruzadas"

Corina Briceño
70 x 70 cm.
Collage, Giclé, dibujo y
acuarela.
2012



Figura 51. Foto pintura "Contrapunteo Gestual"
Fuente: elaboración propia.

"Contrapunteo Gestual"

Alfredo Martínez
2 piezas: 47,5 x 40
3 piezas: 34,5 x 34,5
Tinta china y carboncillo
sobre papel y acuarela.

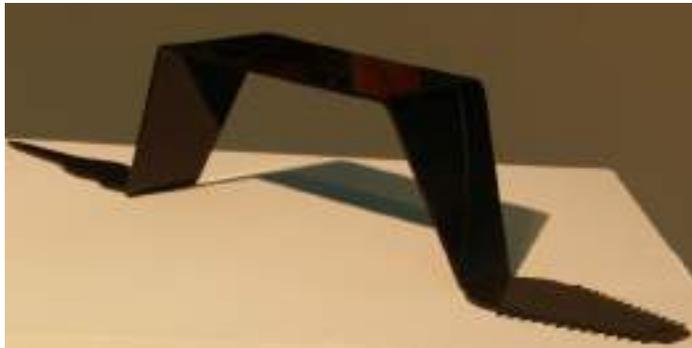
Diseño Industrial



Silla "Simón"

María Carolina Neira
75 x 35 x 35 cm.
Prototipo acrílico.
2012

Figura 52. Foto "Silla Simón"
Fuente: elaboración propia.



Silla "Mercedes"

María Carolina Neira
80 x 25 x 30 cm.
Prototipo acrílico.
2012

Figura 53. Foto "Silla Mercedes"
Fuente: elaboración propia.



“Lucero (Préstame tu claridad)”

Carlos Weil Di Miele
60 x 100
Ilustración y fotografía.
2012

Figura 54. Foto "Lucero
(Préstame tu Claridad)
Fuente: elaboración propia.

DISEÑO DE MODA

Figura 55. Foto vestido
"Glamorosa Llanera"
Fuente: elaboración
propia.

"Glamorosa Llanera"

Constanza Oquendo
Técnica costura mixta
2012



Figura 56. Foto vestido
"A 2 Cuatros"
Fuente: elaboración
propia.

"A 2 Cuatros"

Eugenia Toth (Suukala)
Técnica mixta.
2012



“Del Llano a la Ciudad”

Valentina Gordon
Lino entretelado con drill.
2012

Figura 57. Foto vestido
"Del Llano a la ciudad"
Fuente: elaboración
propia.



“Ethnic Liqui Liqui”

Perinola HG
Rayón estampado
2012

Figura 58. Foto vestido
"Ethnic Liqui Liqui"
Fuente: elaboración
propia.



“Bonita como el Turpial”

Lucie by Irene Loreto &
María Gabriela Manzoni
27 x 30 cm.
Talabartería.
2012

Figura 59. Foto cartera "Bonita como el turpial"

Fuente: elaboración propia.

DISEÑO GRÁFICO



“La Tonada del Trasncho”

Fernando Rodríguez
75 x 100 cm.
Técnica mixta.
2012

Figura 60. Foto pintura "La Tonada del Trasncho"

Fuente: elaboración propia.



“The Force is strong
with this one”

Colectivo Güatafoc
(Iván Almaral)
28 x 43 cm.
Técnica mixta.
2011

Figura 61. Foto diseño "The Force is Strong With This One"
Fuente: elaboración propia.



“Caligrama Simón Díaz”

Andrea Montes de Oca
70 x 70 cm.
Pixelado con tipografía.
2012

Figura 62. Foto diseño "Caligrama Simón
Díaz"
Fuente: elaboración propia.

ESCULTURA



“4- POP”

Andrés Celis

34 x 34 x 80

Tallado manual en madera
y pintura acrílica.

2012

Figura 63. Foto escultura "4-POP"
Fuente: elaboración propia.



“Cajón de Arauca Apureño”

Andreina Acero

40 x 17 x 35 cm.

Técnica mixta, pintura, materiales
diversos.

2012

Figura 64. Foto escultura "Cajón de Arauca
Apureño"
Fuente: elaboración propia.



Munny "Díaz"

Jesús Pastore
15 x 30 15 cm.
Técnica mixta.
2012

Figura 65. Foto "Munny Díaz"
Fuente: elaboración propia.



"Mercedes"

Daniel Velasco
24 x 24 x 61 x 6 cm.
Cerámica polimérica sobre MDF, pintada con
acrílico y pintura en spray.
2012

Figura 66. Foto escultura "Mercedes"
Fuente: elaboración propia.

FOTOGRAFÍA



“Retrato sin retrato“

Andreina Rivas Lampe

50 x 40 cm.

Digital, color.

2012

Figura 67. Fotografía "Retrato sin retrato"
Fuente: elaboración propia.



“Caballo Desbocado“

Cristina Tovar

4 fotografías 8 x 10 cm.

Fotografía digital.

Figura 68. Fotografía "Caballo Desbocado"
Fuente: elaboración propia.



"Juana Carabina"

Perinola HG

35 x 25 / 35 x 25 / 49 x 39 cm.

Fotografía: Edson Smitter

Figura 69. Fotografías "Juana Carabina"
Fuente: elaboración propia.



"Mi Querencia"

Cassandra Flores

80 x 80 cm.

Collage.

2012

Figura 70. Fotografía "Mi Querencia"
Fuente: elaboración propia.



Figura 71. Fotografía degustación "Memorias del Recuerdo"
Fuente: elaboración propia.



Figura 72. Foto degustación "Simón en la Cocina"
Fuente: elaboración propia.



Figura 73. Foto degustación "Dulce Arguaney"
Fuente: elaboración propia.

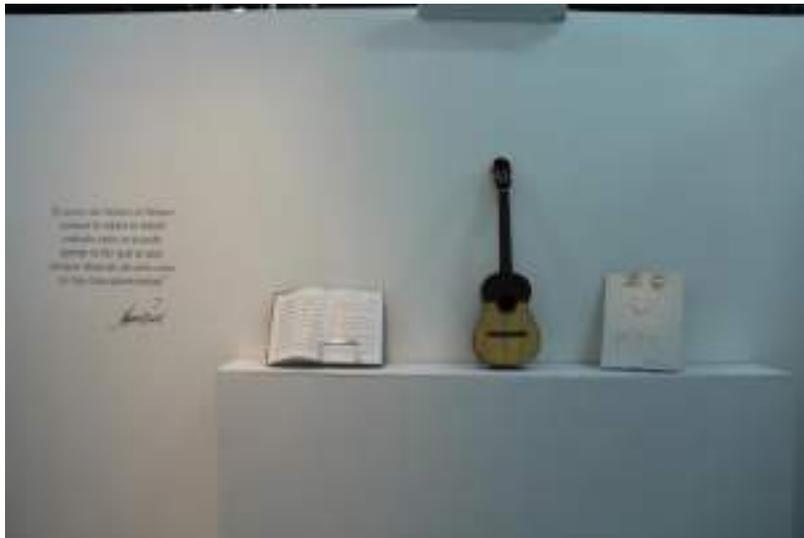


Figura 74. Foto objetos Simón Díaz para sonido dirigido en la exposición.
Fuente: elaboración propia.



Figura 75. Foto tarima de la exposición.
Fuente: elaboración propia.



Figura 76. Foto exposición.
Fuente: elaboración propia.



Figura 77. Foto exposición antes de la apertura.
Fuente: elaboración propia.



Figura 78. Foto exposición antes de la apertura 1.
Fuente: elaboración propia.



Figura 79. Foto bastidor de prensa y televisión en la exposición.
Fuente: elaboración propia.

ANEXO X

CARTAS DE AGRADECIMIENTO PARA ARTISTAS Y PARTICIPANTES



Las organizadoras de “**Al Arte le dan Sabana**”, **Mi Querencia a Tío Simón** queremos agradecerte inmensamente por tu talento, dedicación y trabajo que hicieron posible que el evento fuera un éxito. Tu participación hizo posible que todos los asistentes disfrutaran de una parte de Simón Díaz distinta, innovadora y fresca.

Estos 5 meses de trabajo y dedicación rindieron frutos en una tarde en donde 1500 personas pudieron deleitarse con hermosas piezas dedicadas a nuestra cultura nacional, a nuestro Tío Simón, y al rescate de todo aquello que hemos olvidado como venezolanos.

Te queremos agradecer además por participar en este proyecto, y ayudarnos a cumplir nuestro objetivo, no sólo con el evento, sino además como profesionales de la Comunicación Social, que emprendieron este Proyecto Final de Carrera, como una manera de aportar valores positivos a la sociedad venezolana.

Sabemos que esta iniciativa marcó una diferencia y el comienzo de la reconstrucción de la cultura venezolana. Te agradecemos por formar parte del gran equipo que logró este objetivo.

“Sabana, sabana..
con tu brisa de mastranto
tus espejos de laguna
centinela de palmeras
que se asoman con la luna
aquí me quedo contigo
aunque me vaya muy lejos
como tórtola que vuela
y deja el nido en el suelo”

“Al Arte le dan Sabana”, Mi Querencia a Tío Simón

**Muchas Gracias,
Marian Ferrer
Marisabel Van Der Biest
Gabriela Vera
Eugenia Valero**



Las organizadoras de **“Al Arte le dan Sabana”**, **Mi Querencia a Tío Simón** queremos agradecerle por su colaboración y aporte, el cual fue vital para que el evento se diera y lograra los objetivos planteados. Como todo buen trabajo en equipo, -del cual ustedes formaron parte- el evento sobrepasó todas las expectativas, resultando ser un día memorable para los que asistieron.

“Al Arte le dan Sabana” marcó pauta, resultando ser unos de los eventos de más asistencia que se ha realizado en el Centro de Arte Los Galpones, con una asistencia de más de 1500 personas, abarcando edades comprendidas entre los 10 hasta los 80 años.

De no haber contado con la ayuda de su marca, no hubiese sido posible lograr lo que se logró el pasado 26 de febrero. Queremos agradecerles por su ayuda, interés y por creer en nuestro proyecto.

Sabemos que esta iniciativa marcó una diferencia y trascenderá por haber ofrecido un día distinto a los venezolanos, lleno de arte, cultura, música, alegría y sobretodo de muchas emociones. Te agradecemos por formar parte del gran equipo de Al arte le dan Sabana.

“Sabana, sabana..
con tu brisa de mastranto
tus espejos de laguna
centinela de palmeras
que se asoman con la luna
aquí me quedo contigo
aunque me vaya muy lejos
como tórtola que vuela
y deja el nido en el suelo”

“Al Arte le dan Sabana”, Mi Querencia a Tío Simón.

**Muchas Gracias,
Marian Ferrer
Gabriela Vera
Marisabel Van Der Biest
Eugenia Valero**

ANEXO Y



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

1. ¿Cómo percibe la organización del evento “Al arte le dan Sabana”?

Muy Mala	Mala	Regular	Buena	Excelente

2. ¿Qué le pareció la calidad de los artistas participantes?

Muy Mala	Mala	Regular	Buena	Excelente

3. ¿Cuáles de las expresiones artísticas fueron de su mayor agrado? **(Marque con una X las de su agrado)**

Escultura ___ Pintura ___ Gastronomía ___ Moda ___
 Música ___ Diseño ___ Fotografía ___

4. ¿Estaría dispuesto a participar en otro evento como éste?

SI ___ NO ___

5. ¿Recomendaría usted este evento a otras personas?

SI ___ NO ___

ANEXO Z

COMENTARIOS POSITIVOS REDES SOCIALES



Okills @somosokills

26 Feb

El punto máximo de felicidad es ver cuanta gente apoya LO NACIONAL y esta iniciativa de @ArteledanSabana y las palabras de Bettsimar Díaz



Amor Antunez @amorantunez

← Reply ↻ Retweet ★ Favorite · Open

Hermosa la exposición al @Arteledansabana en @losgalpones de esas cosas que me disfruto con un nudo en la garganta ♥

#CarachaNegro



Bettsimar Díaz @BettsimarDiaz

26 Feb

@ArteledanSabana realizó uno de los eventos más conmovedores y trascendentes en la vida de @TIOSIMONnews GRACIAS a sus productoras!!!



Bettsimar Díaz @BettsimarDiaz

← Reply ↻ Retweeted ★ Favorite · Open

@ArteledanSabana estoy más que feliz, agradecida!!! El evento de hoy en Los Galpones para @TIOSIMONnews fue absolutamente extraordinario!!!



SIMON DIAZ @TIOSIMONnews

26 Feb

"@irasanchez: @TIOSIMONnews hermosa la expo en su honor tío ... Dios te bendiga siempre" @ArteledanSabana



Héctor Barboza Grau

← Reply ↻ Retweeted ★ Favorite · Open

Felicitaciones a los estudiantes d la Universidad Monteávila por su Tesis / Homenaje a Simón Díaz @arteledansabana - 20 pts



María Angélica @Angelita

← Reply ↻ Retweet ★ Favorite · Open

Excelente evento y hermosa iniciativa de las chicas de @arteledansabana haciendo un homenaje por todo lo alto a mi Tío Simón!^^ #QueSeRepita

**Andreína González** @ninagonzalez85

26 Feb

Excelente plan haber asistido a [@arteledansabana](#). . . Muy buena la muestra en homenaje al tío Simon!

**Christian Carballo** @christiancarballo [← Reply](#) [↻ Retweet](#) [★ Favorite](#) · [Open](#)

Iniciativas de este tipo son las que me hacen creer que mi país es grande y puede ser mejor [@arteledansabana](#)
pic.twitter.com/AywSCWCa

**Jhoyling Z Fernandez** @Jhoyling

26 Feb

Asistí a [@arteledansabana](#), me pareció un evento bien organizado además de homenajear al Tío Simón Felicidades y muchos éxitos a las tesis

**Jonathan Núñez** @Enlavero [← Reply](#) [↻ Retweet](#) [★ Favorite](#) · [Open](#)

Llegando de [@ArteledanSabana](#) Sencillamente espectacular. Mis mejores deseos para las chicas que se gradúan, Éxitos y Bendiciones a todos!

**jennifer c.** @jennyscorro [← Reply](#) [↻ Retweet](#) [★ Favorite](#) · [Open](#)

[@ArteledanSabana](#) excelente trabajo y organización! Orgullo #UMA [@Monteavila](#)

**J.H.S** @JHS90s[← Reply](#) [↻ Retweet](#) [★ Favorite](#) · [Open](#)

Felicitaciones a los estudiantes d la Universidad Monteávila por su Tesis / Homenaje a Simón Díaz [@arteledansabana](#) - 20 pts
EXCELENTE

**Gustavo Planchart P** @gplanchartp

26 Feb

[@ArteledanSabana](#) nos hizo pasar un día distinto y enriquecedor. Emotivo y merecido homenaje a nuestro querido Simon Diaz. Gracias.

[Retweet](#)**Tania Alemán Jiménez** [← Reply](#) [↻ Retweet](#) [★ Favorite](#) · [Open](#)

[@ArteledanSabana](#) mi hija de 3 años disfruto de la musica, Gracias!
[@losgalpones](#) [@hoyquehay](#) twitpic.com/8p7bcx

[←](#) [View photo](#)



Daniela Olivero @OliveroS [← Reply](#) [↻ Retweet](#) [★ Favorite](#) · [Open](#)
Bellísima la exposición @ArteledanSabana! Felicidades por ese homenaje tan lindo a nuestro Simón Díaz.



Heryens Jesus @Heryens [← Reply](#) [↻ Retweet](#) [★ Favorite](#) · [Open](#)
Que buen homenaje al Tío Simón en @arteledansabana. Excelente evento.



Alejandro Jordan @Alejan [← Reply](#) [↻ Retweet](#) [★ Favorite](#) · [Open](#)
Que bueno estuvo el evento @ArteledanSabana Tío Simón es Alegría.. Congrats muchachas!



Okills @somosokills [← Reply](#) [↻ Retweet](#) [★ Favorite](#) · [Open](#)
[@BettsimarDiaz](#) : Un super honor formar parte de ese hermoso tributo Bettsimar, gracias a las muchachas de @ArteledanSabana y a ti por esto.
[← In reply to Bettsimar Díaz](#)



David A Rodríguez G @D [← Reply](#) [↻ Retweet](#) [★ Favorite](#) · [Open](#)
La versión de "Angustia" que hizo Ricardo de @1raedicion fue la vaina más brutal de toda la exposición @ArteledanSabana , en serio.



Rockearte Venezuela @Rockearte 27 Feb
Felicitamos a las productoras de @ArteledanSabana, estudiantes de la Universidad Monteavila por el Homenaje que... fb.me/1sula9yVm



Aimeé. @BearInAlaska 27 Feb
BTW! Muy chévere el ambiente de hoy en @ArteledanSabana espero que hayan sacado tremenda nota en la tesis y que se repita. (:



Desiree González. @More [← Reply](#) [↻ Retweet](#) [★ Favorite](#) · [Open](#)
Se nos aguó el guarapo a todos @ArteledanSabana excelente y hermoso homenaje a nuestro Tío Simón. Felicitaciones!!!



Variopinto @VariopintoCcs [← Reply](#) [↻ Retweet](#) [★ Favorite](#) · [Open](#)
Nuestras más sinceras FELICITACIONES a las chicas de @ArteledanSabana por tan hermoso Homenaje a nuestro querido #TioSimon #20Pts!

-  **Bri.** @BrigitteJz 26 Feb
Felicitaciones a las estudiantes de @ArteledanSabana Excelente evento y muy buena organización.
← In reply to Al Arte ledan Sabana
-  **Od. Debbie De La Cruz** @OdDebbieDeLaCruz Reply Retweet Favorite · Open
Excelente iniciativa!!! Tío Simón se merece esto y mas!!! Domingo 26/02/12 En @losgalpones presentaron @ArteledanSabana twitpic.com/8q1q1j
-  **Ernesto Rodriguez** @erjoronu 28 Feb
@AndresCelis40 @arteledansabana No viejo! A ti y a todo el crew!! Cosas como las que hacen Uds. son las q lo hacen a uno querer a #Caracas
-  **Daniela** @dany_ks Reply Retweet Favorite · Open
Señores esto es #Arte :) RT @somosokills Por aquí la versión que hicimos de #ElAlcaravan en el evento @ArteledanSabana youtube.com/watch?v=ewsjE2...
-  **handerson** @handerx Reply Retweet Favorite · Open
@ArteledanSabana el cover de luna de margarita, perfecto, @vidaboHEME también se la comió con su cover!! perfecto, hermoso y único!.
-
-  **Marjorie Bratt** @malybratt 2 Mar
todavía pensando en @ArteledanSabana y la maravillosa pieza de @gufez. Excelente y emotivo homenaje
-  **La Mega 107.3 FM** @LaMega107 29 Feb
Moda y alta costura presentes en @arteledansabana ¡Ahí estuvimos! chequea parte de las propuestas unionradio.net/LaMegaEstacion... pic.twitter.com/CO4shx58
View photo
-  **Alexandra Armas** @AlexGQuotes 26 Feb
Cuando al @ArteledanSabana deberian d volverla a repetir 😊 estuvo muy bonita lockerz.com/s/187517289
View photo

Figura 80. Múltiples comentarios positivos del evento a través de las redes sociales.
Fuente: <http://www.twitter.com>

