



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

WAKANDA “EL GRAN ESPÍRITU”

Espectáculo musical de baile en conjunto con la escuela de danza Fitness

Dance

Autores:

Cacucciolo, Valery

Ercole, Maria Alessandra

González, Andrea

Profesor coordinador:

De Santis, Carlos

Caracas, 7 de marzo de 2016

CARTA DE APROBACIÓN

Yo, **Carlos De Santis**, titular de la cédula 19.367.962, considero que el proyecto final de carrera titulado ***“WAKANDA: El Gran Espíritu”***, realizado por Maria Alessandra Ercole Rivero, CI: 25.222.563, Valery Andrea Cacucciolo Benítez, CI: 20.654.922 y Andrea Carolina González Poleo, CI: 23.693.729, reúne los requisitos exigidos por la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Monteávila y tiene los méritos suficientes como para ser sometido a la presentación y evaluación exhaustiva por parte del jurado examinador que se designe.

En la ciudad de Caracas, 7 de marzo de 2016.

Tutor: Profesor Carlos De Santis

Firma: _____

Tabla de contenido

| | |
|--|----|
| 1. <u>Resumen</u> | 4 |
| 2. <u>Presentación del proyecto</u> | 5 |
| 3. <u>Estrategia</u> | 8 |
| 4. <u>Propuesta</u> | 12 |
| PRE-EVENTO | 13 |
| EVENTO..... | 54 |
| POST-EVENTO | 56 |
| 5. <u>Conclusiones</u> | 63 |
| 6. <u>Recomendaciones</u> | 65 |
| 7. <u>Glosario</u> | 66 |
| 8. <u>Referencias Bibliográficas</u> | 67 |
| 9. <u>Anexos</u> | 68 |

1. Resumen

En este manual de producción encontrarán cada uno de los pasos que fueron cumplidos para lograr llevar a cabo “*WAKANDA: El Gran Espíritu*”, un musical de baile inspirado en las reacciones que genera la naturaleza ante los abusos descontrolados causados por el ser humano.

Se presenta un recorrido por los procesos de pre-producción, producción y post-producción del evento y las estrategias comunicacionales que fueron tomadas en cuenta para la difusión del proyecto. Mediante esta guía mencionamos el plan de acción que se realizó para la búsqueda de patrocinantes y proveedores, así como también se definen las diferentes alianzas que logramos construir a nivel publicitario.

Finalizamos con un análisis de los resultados obtenidos y una serie de recomendaciones para futuros estudiantes que deseen realizar un proyecto similar, considerando que este manual puede servir como referencia y modelo para la realización de un evento exitoso.

2. Presentación del proyecto

WAKANDA: El Gran Espíritu es un musical de baile que presenta un tema ecológico y una historia original narrada a través de diferentes secuencias coreográficas en la que únicamente por medio de la danza y la expresión corporal se hila toda la trama para la comprensión del público. Nuestro propósito fue incluir varios elementos utilizados a nivel internacional en el mundo del espectáculo a nuestro proyecto, tales como el “teatro negro”, luces de neón, pinturas y telas fluorescentes, agua, entre otros. Esta producción original se realizó en las instalaciones de Teatrex de Paseo El Hatillo en donde trabajamos en conjunto con el mejor talento de la escuela de baile Fitness Dance para llevar a cabo una experiencia visual única, nunca antes realizada en nuestro país.

El tema ecológico ha ido adquiriendo un gran auge en los últimos años y se ha comenzado a reconocer la importancia que tiene el cuidado de nuestro planeta a nivel mundial. Desde el año 2001 la *Fundación Azul Ambientalistas* ha venido trabajando en alianza con la *Organización Vitalis*, para identificar los principales aciertos y las principales problemáticas ambientales de nuestro país.

El presente análisis evalúa los principales alcances y dificultades de la gestión ambiental en Venezuela durante el año 2010, entre ellas podemos mencionar la larga sequía e inundaciones que afectaron a todo el país, el inapropiado manejo de los residuos y desechos sólidos (principalmente domésticos), el limitado tratamiento y acceso al agua potable y la contaminación de las playas marinas y lacustres.

Para el 2013 la ONG VITALIS presentó un estudio que identificó 65 problemas ambientales para la fecha, entre los cuales destaca la débil gestión integrada de los recursos hídricos, la contaminación atmosférica de las principales ciudades del país, el inapropiado manejo de los residuos y desechos sólidos, el vertido de hidrocarburos, y el mal manejo de los árboles en las ciudades, entre otros. (Organización Vitalis [ONG VITALIS], 2013)

Así mismo para el 2015 este mismo balance anual presentó al menos 9 grandes problemas y 116 subproblemas asociados a los mismos. [ONG VITALIS, 2015]

Como podemos observar en 5 años la situación ambiental de Venezuela ha ido empeorando y aunque se proponen soluciones estas no son aplicadas en su totalidad y cada vez nacen nuevos problemas.

Una vez detectado el problema nos enfocamos en investigar más a fondo para buscar alternativas diferentes de cómo poder colaborar con el medio que nos rodea. Esto nos llevó a inspirarnos a crear este proyecto que representa un aporte innovador y creativo a nuestra comunidad.

La trama de la historia gira en torno a la batalla que existe entre la naturaleza y la humanidad. Nos muestra cómo los hombres están destruyendo el planeta y no miden las consecuencias, y solo con la fusión entre el humano y la naturaleza puede existir la paz y la vida. Para darle forma a este conflicto aparecen en escena tres grupos que interactúan durante la obra. La naturaleza, que está conformada por los cuatro elementos guiados por el sol. Ésta es pura y vive en armonía con la Tribu, que representa a los hombres que cuidan de ella y la alaban. Por último encontramos a los Exploradores, que personifican a los humanos que destruyen a la naturaleza sin importar sus consecuencias. Durante el desarrollo de la obra se reflejan las diferentes repercusiones dadas por las acciones del hombre moderno que no se preocupa por el medio que le rodea. La idea es crear conciencia de una manera diferente y entretenida.

Sabemos que debido a los diferentes problemas que enfrenta hoy en día nuestro país se ha descuidado el vínculo que hay con nuestra propia cultura. Las personas están sumergidas en sus problemas ligados a la caótica situación tanto económica como política del país. Nuestra motivación nace del deseo de distraer a la audiencia y brindarles un entretenimiento inteligente e innovador que les permita no solo divertirse sino aprender y nutrirse culturalmente, rompiendo con el esquema de cómo se dirige y se produce teatro en Venezuela. Queremos crear catarsis en nuestros espectadores con una reflexión final, culturizar a los venezolanos en cuanto a las nuevas formas de teatro y de expresión artística, darle la oportunidad al gran talento venezolano de poder mostrar su trabajo y darse a conocer y finalmente ver cómo reacciona el público ante esta nueva propuesta teatral.

Otra de las razones que nos llevaron a querer realizar este proyecto son las diferentes técnicas y teorías aprendidas para la producción de eventos que hemos

desarrollado a lo largo de la carrera y de nuestras diferentes experiencias laborales. También utilizamos técnicas publicitarias para la promoción del evento, en lo cual podremos explotar nuestros conocimientos en el área de diseño, mercadeo, fotografía y audiovisuales.

En nuestro equipo contamos con talentos y destrezas desempeñadas tanto en el área de producción de radio, producción audiovisual y producción de eventos, por lo cual nos sentimos tanto preparadas como motivadas de llevar a cabo este evento y con la certeza de que llevamos un producto de alta calidad al público. Cada una de las integrantes ha participado en diversas producciones tales como shows de baile, talento y producción del musical “Pie Pequeño, Huella Grande”, elección de la Chica HTV 2012, competencias intercolegiales en Teatrex, Operación Furruco, producciones de Hot 94.1, desempeño dentro de una agencia de producción, entre otras.

Dos de nuestras integrantes llevan 9 años bailando y están involucradas en el mundo del espectáculo, lo cual les ha dado la oportunidad de interactuar con los mejores talentos y contactos para sentirse listas y cumplir con el sueño de realizar un show propio, partiendo de los errores y las fallas de las propuestas nacionales existentes, presentando una nueva y mejorada expresión artística.

Ya que estuvimos trabajando en alianza con Teatrex y la escuela de baile Fitness Dance, ambos tienen su público fiel por lo que nos aseguramos que no faltarían a esta nueva propuesta. Además de este target fijo pudimos despertar la curiosidad de personas menos relacionadas con la cultura teatral que comenzaron a conocer sobre el evento a través de los diferentes medios de comunicación que utilizamos. A nuestro beneficio tuvimos dos grupos determinados de personas, los seguidores del baile y los amantes del teatro, quienes pudieron fusionarse y crear la combinación perfecta para lograr una mayor cantidad de espectadores y de futuras funciones, incluso siendo nuestra meta a largo plazo conseguir una temporada en Teatrex.

Habiendo mencionado todo lo anterior detectamos un problema desatendido en nuestro país, y la oportunidad, debido a todos los puntos a nuestro favor que identificamos, de poder tener éxito con nuestra propuesta.

A pesar de que se han realizado diferentes musicales de calidad en el país, la propuesta que nosotros presentamos viene con diversas innovaciones. La historia y el

guion son totalmente originales, con un tema que no ha sido tratado con anterioridad en Venezuela y para contarla nos basamos únicamente en la expresión corporal. Es una combinación de elementos antiguos pero desde una perspectiva moderna, con la puesta en escena de diferentes equipos y materiales escenográficos que nos permitieron lograr esa esencia única que diferenció nuestro proyecto y le dio ese toque competitivo en la industria.

Este proyecto nos proporcionó el reconocimiento como productoras y líderes de una propuesta nueva y creativa en el mundo del espectáculo, el cual además de brindarnos un currículum extenso nos abrió las puertas a futuros proyectos y oportunidades laborales que se nos han presentado.

3. Estrategia

Definimos la modalidad de nuestro Proyecto Final de Carrera y de forma unánime decidimos realizar la producción de un evento y nos dimos cuenta, después de revisar proyectos anteriores realizados por otras promociones, que nunca se había realizado un evento de este tipo en la universidad. Mediante una lluvia de ideas logramos elegir el tema de nuestra obra y el nombre, para posteriormente comenzar con la creación del guion, lo cual nos tomó varias semanas y nos llevó a investigar acerca del origen de la palabra “Wakanda” y de los diferentes personajes y su interpretación.

Ya con la idea en mente pasamos a verificar si nuestro Proyecto Final de Carrera realmente podría ser factible. Empezamos a desarrollar un presupuesto base con todos los gastos primordiales e hicimos un estimado de gasto individual que debía realizar cada una de nosotras. Posteriormente definimos el precio de las entradas que nos permitiera recuperar la inversión realizada y hacer viable el evento.

Luego de tener el guion listo y presupuesto estimado recurrimos a nuestros contactos para generar alianzas que nos permitieran poder llevar la idea al público. Elegimos a la escuela de baile Fitness Dance para que nos proporcionara su mejor talento de bailarines y coreógrafos, ya que es una de las escuelas más reconocidas del país. Realizamos unos castings previos para la conformación del elenco y sus

respectivos coreógrafos y director artístico. De los diferentes teatros que visitamos, Teatrex fue donde nos pudimos imaginar exactamente lo que queríamos presentar y donde nos sentimos más cómodas al momento de trabajar.

Para determinar la fecha en el teatro tomamos en cuenta varios aspectos que por un momento nos llevaron a dudar sobre si lograríamos o no la puesta en escena. Sabíamos que si elegíamos el mes de diciembre tendríamos poco tiempo para la pre-producción y además estaban las elecciones parlamentarias que podrían afectar los resultados de nuestro evento. Sin embargo, decidimos arriesgarnos, confiar en nuestras habilidades y aprovechar la época de festividad que conlleva esta fecha, pautando así el 1 y 2 de diciembre de 2015 como los días definitivos para nuestras dos funciones. Procedimos entonces a imprimir y vender las entradas por un precio de Bs. 1800.

Ya con la fecha definida tomamos la decisión de dividir el guion por escenas para así hilar la historia de manera coherente y de fácil entendimiento para el público. Al momento de asignar los ensayos y comenzar el montaje coreográfico los bailarines fueron distribuidos dependiendo de las escenas a las que fueron asignados. Se pasó entonces a asignar días fijos de ensayos.

Nos embarcamos entonces a construir la propuesta de diseño y arte de la obra, la cual incluía la elección de los colores del logotipo, las tipografías que utilizaríamos, el diseño de los vestuarios de cada baile, el maquillaje y peinado, escenografía, iluminación, utilería y audiovisuales.

La elección musical también fue realizada por nosotras sabiendo que era de gran importancia para la tónica de la obra. Nuestra idea incluía contar la historia a través de los diferentes géneros de bailes existentes y conocidos en nuestro país. Fueron meses de búsqueda y de edición para que cada pieza pudiese cumplir con lo que se quería transmitir al público.

Gracias a nuestras habilidades y técnicas en social media comenzamos a movilizar nuestro proyecto por las diferentes redes sociales, Instagram, Facebook y Twitter. Cada red social se manejó de acuerdo con el target determinado y se consiguió obtener bastantes seguidores y apoyo por medio de ellas. Comenzamos creando una campaña de intriga y posteriormente revelamos la identidad de nuestro evento,

publicando tips ecológicos, información general del evento, interacción con el elenco a través de fotos y videos de los ensayos y mostrando también los diferentes avances que nuestra producción iba adquiriendo. Todo el material que se publicó fue diseñado por nosotras.

Teníamos la convicción de poder conseguir financiamiento por parte de grandes empresas, para lograr subir aún más el nivel de show. Con la inversión de terceros elevaríamos las propuestas escenográficas, de vestuario y de iluminación y sabiendo que teníamos en nuestras manos un excelente mensaje que nos permitiría cautivar a potenciales patrocinantes. Es por esto que desarrollamos diferentes cartas de patrocinio con la asesoría de la Directora Ejecutiva de ANDA (Asociación Nacional de Anunciantes), Ana Paula De Sousa. Cada carta ofrecía diferentes planes de patrocinio ajustados a las posibilidades de cada compañía, donde se les exponían los diversos beneficios que obtendrían al apoyarnos. Después de un arduo trabajo presentando nuestra propuesta en diferentes empresas y haciéndoles el debido seguimiento, logramos conseguir el apoyo de empresas como Plumrose de Venezuela, Almacenadora Droalca C.A, Wealth Management, Toyo-Oeste, TNO Radio, La Mega, Zona escolar, FM Center, Abrasivos Abravit C.A y Academia Zahorí.

Para tener un mayor alcance y presencia, tuvimos que organizar una gira de medios contactando a diferentes circuitos radiales para programar entrevistas. Fue así como nos entrevistaron en programas como De primeros y Mujeres en Pelotas por Hot94, Carmen Victoria Pérez en la Romántica, en Zona Escolar por La Mega, la Lonchera Informativa, entre otros. Añadido a esto recibimos menciones en las redes de Zona Escolar, TNO Radio, Fitness Dance, Gladys Rodríguez, la Vero Gómez, Mundo Kaplum de Plumrose, entre otros.

Uno de nuestros objetivos fue determinar un criterio organizado de trabajo, por lo tanto, le dimos valor a la distribución dentro de los camerinos y el backstage, el orden y el aspecto del staff, y decidimos elaborar unas camisas con el logo del evento como uniforme para identificar a todo aquel que formara parte de nuestro personal.

Como todo evento, necesitábamos de la creación de un material gráfico para ser distribuido. Diseñamos diferentes piezas con la información de nuestro evento y nuestros patrocinantes. Creamos posters y panfletos que fueron repartidos en puntos

estratégicos como universidades, centros comerciales, en el mismo teatro y en las diversas sedes de las emisoras de radio que visitamos. También creamos el diseño de un programa de mano con toda la información de la historia, el cual fue entregado el día de las funciones a todo el público asistente. El programa de mano contaba con la descripción básica de las escenas, los coreógrafos encargados de cada pieza, el elenco, la dirección técnica y demás departamentos y los agradecimientos especiales.

Ya próximos al día del estreno de la obra se realizaron los diversos cierres de patrocinio y el pago a los proveedores que estuvieron encargados de realizar la escenografía, el vestuario, la iluminación, los uniformes, el maquillaje, arreglos musicales, alquiler de sala de teatro, video del show, entre otros.

Logramos el patrocinio de una sesión de fotos para los últimos días fuertes de nuestra promoción en redes y para nuestro portafolio como productoras. Se organizó en el estudio fotográfico de la Colina Creativa en la Universidad Metropolitana y proporcionamos el catering.

Ya finalizando, programamos y coordinamos los ensayos generales en las instalaciones del teatro los días 23 y 30 de noviembre de 2015, el catering respectivo para los miembros del elenco y staff, el montaje de escenografía y los arreglos finales del presupuesto, de los vestuarios, de iluminación y del show en general.

El estreno de la obra se realizó el día 1 de diciembre de 2015 a las 8:00pm en la sala de Teatrex de Paseo el Hatillo y culminamos con la última función que agotó todas sus entradas el día 2 de diciembre de 2015 a la misma hora y en el mismo lugar, obteniendo críticas sumamente positivas.

4. Propuesta

Manual de producción. Contenido

| <u>FASE</u> | <u>ACTIVIDADES</u> | <u>CRONOGRAMA</u> |
|--------------------------------|--|--|
| <u>PRE- EVENTO</u> | Definición y fisionomía del evento: historia, lugar, elenco, público, etc. | Desde el 23 de junio hasta el 17 de julio de 2015 |
| | Distribución de responsabilidades. | Julio 25 de 2015 |
| | Presupuesto, patrocinantes y proveedores: presupuesto estimado, búsqueda de proveedores y de patrocinantes | Desde el 21 de julio hasta el 31 de agosto de 2015 |
| | Identidad | Desde el 5 de septiembre hasta el 10 de septiembre de 2015 |
| | Promoción | Desde el 29 de septiembre hasta el 30 de noviembre de 2015 |
| <u>EVENTO</u> | Logística y organización | 1 y 2 de diciembre de 2015 |
| | Aplicación de encuesta | 5 de diciembre de 2015 |
| <u>POST- EVENTO</u> | Análisis y tabulación de los recursos de medición | 22 de febrero de 2016 |
| | Finalización de manual de producción | 4 de marzo de 2016 |

PRE-EVENTO

a) Público meta

Nuestro público meta estuvo comprendido por hombres y mujeres entre los 15 y 25 años. La mayoría de ellos seguidores de la danza y amantes del teatro. Sin embargo, recibimos a niños y adultos entre los 30 y los 45 años.

Logramos identificar y definir al público meta mediante el análisis y desglose del guion de nuestra obra, el cual nos permitió reconocer que lo que deseábamos transmitir iba perfectamente dirigido a personas jóvenes y actualizadas, allegadas al mundo de la danza y del espectáculo. Por esa razón, decidimos crear alianzas con la Escuela de Baile Fitness Dance y con las salas de teatro de Teatrex, pues poseen seguidores que se encontraban dentro de nuestro público meta.

b) Fecha y lugar del evento

Para la definición de la fecha y el lugar del evento tuvimos que realizar varias reuniones, primero entre nosotras tres y posteriormente junto al departamento administrativo de Teatrex. Después de evaluar todas las posibilidades, decidimos que el mejor momento para realizar nuestro evento sería el mes de diciembre, justo antes de las elecciones parlamentarias que se realizaron en el país. Las fechas seleccionadas fueron el lunes 1 y el martes 2 de diciembre, a las 8:00 PM, ya que ese horario era de fácil manejo para que el público pudiese llegar a la función sin mayores inconvenientes y, además, para que el elenco y el staff tuviesen tiempo suficiente de preparación antes de dar inicio a la obra.

Principalmente diciembre es un mes indicado para realizar eventos familiares, algo que estaba a nuestro favor. Otra de las cosas que nos beneficiaron era que los venezolanos suelen gastar dinero en esta fecha y nuestro evento era una gran propuesta para estar en las opciones de diversión y de esparcimiento de los caraqueños que deseaban realizar diferentes actividades en el mes de diciembre. Sin embargo, las elecciones representaban un factor de riesgo, antes de ellas se sentía cierta incertidumbre y después de ellas todo dependía del resultado. Por eso la mejor opción para este mes era tomar las fechas anteriores a las elecciones parlamentarias.

c) Comités de trabajo

-Producción y Dirección: la función de este departamento estuvo basada en toda la organización y manejo del evento en sus diferentes etapas: preproducción, producción y postproducción.

Como miembros de este departamento estábamos encargadas las tres integrantes del proyecto: Valery Cacucciolo, Maria Alessandra Ercole y Andrea González.

-Departamento Administrativo: el departamento administrativo estuvo orientado al montaje del presupuesto y a la recolección y distribución del capital para poder hacer posible el evento.

Como parte de este departamento estuvieron a cargo Valery Cacucciolo y Andrea González. Cada una tenía tareas específicas: Valery se encargó de realizar los pagos a los proveedores y de retener el dinero en la cuenta destinada para el evento y Andrea de armar el presupuesto y realizar el balance de los pagos para verificar que no hubiese pérdidas.

-Departamento de Social Media: dentro de este departamento la tarea principal fue generar contenido creativo para captar la atención del público para asegurarnos de tener su presencia en las funciones. Además de hacer popular nuestro evento.

La encargada de este departamento fue Maria Alessandra Ercole, ella generaba diariamente contenido para que fuese publicado en las diferentes redes sociales: Instagram, Facebook y Twitter. Parte de su trabajo fue recolectar imágenes y videos para editarlos y publicarlos.

-Departamento de Enlaces con el Proveedor: enlaces con el proveedor fue un departamento creado para tener un status constante de las cosas que fueron solicitadas para realizar el evento: vestuario, musicalización, escenografía, luces, sala de teatro, impresiones, diseño, entre otros.

Valery Cacucciolo se encargó de hacerle seguimiento a los siguientes proveedores: vestuario, sala de teatro, impresiones y diseño.

Maria Alessandra Ercole se encargó de las luces, los coreógrafos, el video, los bailarines y la musicalización.

Andrea González se encargó de la escenografía y las pinturas.

-Departamento de Enlaces de Patrocinio: la finalidad de este departamento era tener contacto frecuente con nuestro patrocinantes, al igual de contactar a potenciales patrocinantes para mejorar la calidad de nuestro evento.

Valery Cacucciolo estuvo a cargo de las compañías Almacenadora Droalca, Abrasivos Abravit, Zona Escolar y Plumrose.

Maria Alessandra Ercole de Wealth Management.

Andrea González del concesionario Toyo-Oeste y patrocinios particulares por parte de personas naturales.

-Departamento de Comunicaciones Externas: el departamento de comunicaciones externas se dirigió a organizar la gira de medios. Para ello fue necesario realizar contacto previo con los diferentes medios que podían servirnos para lograr la difusión del evento.

Valery Cacucciolo: Zona Escolar junto a la Mega Estación.

Maria Alessandra Ercole: TNO Radio.

Andrea González: FM Center.

-Departamento de Comunicaciones Internas: como parte de las comunicaciones internas tomamos en cuenta todo lo relacionado a las informaciones y diferentes directrices dadas a los miembros del staff y del elenco, al igual que las actividades que se organizaron previas al estreno de la obra.

Valery Cacucciolo y Maria Alessandra Ercole estuvieron encargadas de estas comunicaciones y del contacto directo con el staff y elenco.

Participantes

Ronald Barreto | Director artístico y personaje principal

Nace en Caracas y a los 15 años comienza a formarse como bailarín de danzas nacionalistas y luego fue evolucionando convirtiéndose en un especialista de los géneros urbanos. Lleva 15 años de experiencia en el área de la danza trabajando con distintas compañías y escuelas de baile como Grizzly Dance Company, Escuela de Salsa Imagen Latina, Escuela de Salsa Social Style, Academia Pentagrama, Ímpetu Centro de Danza, Academia Movida Kingston, Escuela de Salsa El Firulete (Medellín - Colombia), Escuela de Ritmos Romina Salmelnik (Buenos Aires - Argentina), Academia Dance Move (Buenos Aires - Argentina), - Funkadelic Dance Studio (Alicante - España), Dolldance Studio (Uruguay). Ha sido miembro del crew de baile de cantantes como: José Luis Rodríguez EL PUMA, Diveana, Yorky y Mane, Tito el Bambino y Farruko. Ha participado y ganado diversos premios en el Torneo Sudamericano Universal Dance en Córdoba, Argentina y ha sido invitado especial en diversos años.

Es el Director de la escuela de baile Fitness Dance en Caracas, Venezuela, con 5 años de experiencia en la formación de bailarines integrales, profesores y participando en distintos eventos y competencias nacionales e internacionales obteniendo primeros lugares y reconocimientos importantes a lo largo de estos años.

Alan González | Coreógrafo y personaje principal

Nace en Güiria, Estado Sucre. Da sus primeros pasos en el arte, incursionando en la música, perteneciendo al coro de la Orquesta Sinfónica Juvenil del Municipio Valdez, de su ciudad natal, a la edad de 10 años, donde pudo tomar clase de solfeo, incluso instrumentación. También fue corista del grupo juvenil de la iglesia de su parroquia. A los 12 años descubre su atracción por el baile, y comienza a desarrollarlo en el Ateneo Municipal de Güiria, haciendo danza tradicional, y bailando muchas de ellas en diferentes manifestaciones culturales de la región. Más adelante viaja a Caracas, y profundiza su entrenamiento en la danza, tomando clases de ritmos urbanos, jazz, ballet y danza contemporánea. Ha recibido clases con reconocidos maestros como: Laura Prieto Boscan, Zurima Tamariz, Hilse León, Rafael Nieves, Rumen Rachev, Evelin Pérez, Rafael González, Susan Bellos, Brixio Bell, Félix

Oropeza, Jacqueline Simonds, Alexandra De León, Rita Dordelly, Leison Ponce, Claudia Capriles, Luz Urdaneta, Julie Barsnley, Ronald Barreto, y muchos más. Desde el año 2012 hasta la actualidad, se desempeña como instructor y coreógrafo de Danza Contemporánea y Jazz, en distintas academias e instituciones. Como bailarín e intérprete, ha participado en diferentes obras, musicales, y ha trabajado para diferentes compañías de danza del país, tales como: Danza Hoy (2014 - actual) Caracas Rojas Laboratorio (2013 - 2015), Proyecto Movimiento (2015 - actual) y proyectos independientes del Teatro Teresa Carreño. Así como también su participación en competencias de baile, tanto como bailarín y coreógrafo con Fitness Dance, Grupo Reflexo, Revelent, entre otros, ganando primeros lugares.

Andrea Fernández | Coreógrafa de tap y bailarina

Nace en Caracas e inicia sus estudios a los 3 años de edad con ballet, jazz, tap, flamenco y canto en la Academia de baile Pentagrama. Se mantiene en constante formación en los estilos urbanos como en las demás disciplinas. Ha recibido clases con grandes maestros y coreógrafos nacionales e internacionales como son: Alfredo Pereira, Ronald Barreto, Jesús Orta, Catherine Pintos, Deiweif Stephenson La Bronce, Siudy Garrido, Yoaldry Espinosa, Daniela Tugues, entre otros. Desde el año 2008 hasta la actualidad se desempeña como maestra y coreógrafa de tap y flamenco. Como bailarina, ha participado en varios eventos nacionales e internacionales como: inauguración de las Olimpiadas nacionales, opening del partido de fútbol Venezuela - España, ha formado parte del opening en del Miss Venezuela. Ha bailado junto a grandes artistas entre ellos: Óscar de León, Franco de Vita, Calle Ciega. Ha formado parte de la compañía profesional de Deiweif Stephenson. Desde el 2008 pertenece a la compañía profesional de la escuela de baile Fitness Dance. En el año 2010 se llevó el premio a "Mejor Bailarina" en la competencia nacional Desafío al Movimiento. En el 2012 viajó a Argentina con la escuela de baile Fitness Dance a representar a Venezuela en la competencia internacional Universal Dance, obteniendo muy buenos resultados en las diferentes categorías. Además de su formación artística, Andrea Fernández es estudiante de Psicología en la Universidad Metropolitana.

Franklin Barreto | Coreógrafo y bailarín

Nace en Caracas y a partir de los 14 años comienza a formarse como bailarín especializado en géneros urbanos y break dance. Lleva 5 años de experiencia profesional en el área de la danza trabajando con distintas compañías, cantantes y escuelas de baile como: Escuela de salsa Casino Star, Academia de baile Pentagrama, Escuela de baile Mussa, Renier Lezama Alumno. Actualmente se desempeña como profesor de la Escuela de Baile Fitness Dance en Caracas, Venezuela. Posee 2 años de experiencia en la formación de bailarines integrales, participando en distintos eventos y competencias nacionales e internacionales como el Torneo Sudamericano Universal Dance (Córdoba - Argentina), "Dueños de la Calle" de Hip Hop Conexión, Desafío al Movimiento de Ímpetu, Festival de danza Fama de Musa y Flow Gaitero. Ha sido coreógrafo de agrupaciones como Gaitas del Colegio Champagnat, Gaitas del Colegio Claret, Competencia de Colegio "El Ángel", Competencia de Colegio "Madre del divino pastor", Competencia de Colegio "Santa Ana, entre otras, obteniendo primeros lugares y reconocimientos importantes a lo largo de estos años.

Gabriela Alfonzo | Coreógrafa de flamenco y bailarina

Nace en Caracas e inicia sus estudios de baile a los 11 años de edad con Clásico Español y flamenco con la Familia Españaoleto y en la Academia Zambra con María del Rosario Carrillo respectivamente, más tarde Danza Árabe y Danzas Nacionalistas. Su formación en danza ha sido en Venezuela, España y Argentina con profesores reconocidos tales como: Daniela Tugues, Anita Loynaz, Siudy Garrido, Gabriela Reyes, Adriana Dobarro Carlos Mezza El Torbellino, Alfonso Losa, Farruquito, Farru, Farruca, Carpeta, Nazaret Reyes, Carmen La Talegona, Concha Jareno, La Truco, Manuel Reyes, Antonio Reyes, Pepa Molina, Carmela Greco, El Oruco, María Juncal, Antonio el Tabanco entre otros. Ha sido miembro de diferentes compañías de baile tales como Anita Loynaz, Gaby Reyes, El Cascanueces Flamenco, Daniela Tugues, entre otros.

Hoy en día, pertenece a la Compañía Venezuela Viva, específicamente en las obras Venezuela Viva y Orinoco, con quienes se ha presentado en el Aula Magna de la Universidad Central de Venezuela, Teatro Teresa Carreño, Valencia, Puerto la Cruz,

Londres y Taiwán. A su vez pertenece a la Compañía de Siudy Garrido. Es coreógrafa y Directora, desde el 2006, de la Academia de Baile Zahorí en Caracas, Venezuela. Fundadora del Proyecto Social "Yo bailo la vida".

Ha dirigido y producido durante 10 años espectáculos de la Academia Zahorí y las presentaciones del Tablao Zahorí. Fue maestra de baile flamenco en la Fundación Venezuela Viva, impartiendo clases a niños de Colegios Fe y Alegría. Con el equipo de Yo Bailo la Vida, ha llevado la danza a más de 3.000 niños, niñas y adolescentes del sector Metropolitano de Caracas, utilizándola como un vehículo de transformación.

Maria Corina Salcedo | Coreógrafa de flamenco y bailarina

Nace en Caracas e inicia sus estudios de danza a los 7 años de edad con ballet, jazz, danzas nacionalistas y canto. Más adelante se introduce en el flamenco. Se mantiene en constante formación y entrenamiento tanto en flamenco como en otras danzas. Ha recibido clases en Venezuela, Estados Unidos y España con reconocidos maestros entre ellos: Siudy Garrido, Daniela Tugues, La Truco, Carmela Greco, Alfonso Lossa, El Oruco, Farruquito y familia, El Güito, Rafael Estévez, María Juncal, Olga Pericet, Miguel Cañas y Antonio Canales. Desde el año 2000 hasta la actualidad se desempeña como maestra y coreógrafa en distintas instituciones y fundaciones. Como bailarina, ha participado en vídeos musicales y en conciertos de artistas nacionales e internacionales entre ellos: Olga Tañón, Marta Sánchez y Los Ilegales. Ha formado parte del ballet en distintos certámenes tales como el Miss Venezuela. Así como también ha sido bailarina en premiaciones como los Premios Pepsi Music y Premios Lo Nuestro. Como bailaora formó parte de las compañías: "Cattleya" (2005-2008), "Azilde Arte y Compás" (2005-2009) y "Ballet La Bronce" (2009-2010) y Venezuela Viva (2012-actual). Desde el 2007 pertenece al elenco de la compañía de Siudy Garrido "Siudy Dance Company" con espectáculos a nivel nacional e Internacional. Además de su formación artística, María Corina es Ingeniero de Producción egresada de la Universidad Simón Bolívar de Caracas, Venezuela.

Corina Esperanza Cedeño Artilles | Coreógrafa y bailarina

Nace en Caracas. Comenzó a destacarse en gimnasia rítmica desde los 5 años de edad y a los 13 incursionó en el flamenco. Sin embargo, al poco tiempo entró en la Academia Pentagrama donde estuvo 6 años recibiendo clases de jazz lírico, jazz funk, street jazz, entre otros géneros. Se incorporó al grupo avanzado de la escuela de baile Fitness Dance y pertenece actualmente al staff de profesores como instructora de jazz. También da clases de este estilo en la academia de baile Zahorí. En el año 2014 fue parte del crew de baile del cantante Tomás The Latin Boy. Ha participado en la competencia de baile Desafío al Movimiento (DAM) desde el año 2010 y en la competencia de baile Fama desde el año 2013.

Alejandro León | Director General de Zona Escolar y anfitrión de WAKANDA

Nace en Caracas y se forma como Bachiller en Ciencias en el Colegio Champagnat y como licenciado en Publicidad en el Instituto Universitario de Nuevas Profesiones (IUNP). Se destacó como Locutor Móvil y Productor de 92.9 FM en el programa “Monstruo de la mañana” desde 1998 hasta el 2004. Se desempeñó como Host y Productor Creativo de la segunda temporada del programa de cámara escondida “Fuera de Aquí ” de Televen en el 2002. También trabajó como Host y Productor General del programa “Súper Héroes” a través de la web www.sincable.tv // www.superheroesve.com desde el 2010 hasta el 2011.

Actualmente es el Director General, Locutor y Productor General de Zona Escolar FM transmitido por La Mega 107.3 FM y es embajador de las Olimpiadas Especiales de Venezuela desde el año 2010.

d) Patrocinios y Proveedores

Patrocinios

Realizamos un arduo trabajo en cuanto a la búsqueda de patrocinantes para nuestro musical, al igual que con los proveedores. Si bien es cierto que era necesario contar con los mejores recursos, también debíamos contar con el dinero necesario para poder adquirir todos aquellos productos, equipos y elementos necesarios para el montaje.

Tuvimos la dicha de contar con el apoyo de personas que nos facilitaron el contacto con grandes empresas las cuales podrían ser opción para posibles patrocinantes. Es por esto que redactamos una carta en donde se explicó detalladamente de qué se trataba el musical y los beneficios que obtendrían en caso de brindarnos su ayuda.

Carta para Patrocinios (Anexo página 68)

Nuestra Carta para Patrocinios contaba con una breve pero detallada explicación de lo que sería ésta producción, Wakanda, El Gran Espíritu. Inicialmente quisimos hacerles saber a todas aquellas empresas a las que se les envió esta carta, que este musical estuvo bajo la producción de 3 estudiantes de la Universidad Monteávila, las cuales tuvimos esta gran idea de crear un proyecto ambicioso como parte de su Proyecto Final de Carrera.

Explicamos brevemente la historia de Wakanda, la cual como ya sabemos es un guion original escrito por estas 3 grandes productoras, cuyo montaje requirió de mucho esfuerzo, por lo que fue necesario hacerles saber que para poder llevar a cabo todo el montaje del espectáculo y que a su vez fuera de calidad, necesitamos de una inversión importante para así obtener resultados satisfactorios y lograr en un futuro, presentar dicho musical en temporadas regulares en los teatros nacionales.

Una vez explicado esto, le solicitamos su aporte monetario y/o alianza estratégica como ayuda para así poder lograr los altos estándares de calidad que nos habíamos propuesto.

Establecimos diferentes planes de patrocinios en los cuales se explicaban los beneficios que dichas empresas obtendrían en el caso de que se aceptaran nuestra propuesta para patrocinio. Cada plan ofrecía diferentes beneficios dependiendo del nivel de apoyo que cada una de estas empresas nos brindara.

A continuación se presentan los 3 tipos de planes de patrocinios para Wakanda.

PATROCINIO GOLD:

INVERSIÓN Bs. 50.000,00

Presencia de su marca en:

- Campaña Digital del desarrollo de WAKANDA en redes sociales: Facebook, Instagram y Twitter.
- Presencia de la marca en el dorso de la franela del staff y elenco.
- Mención al inicio del evento y en entrevistas de radio.
- Logo en el programa de mano.
- Presencia de la marca en todo el material impreso del proyecto: pancartas, stickers, folletos, entre otros.
- 1 entrada de cortesía.

PATROCINIO PLATINUM:

INVERSIÓN BS. 100.000,00

Presencia de su marca en:

- Campaña Digital del desarrollo de WAKANDA en redes sociales: Facebook, Instagram y Twitter.
- Presencia de la marca en el dorso de la franela del staff y elenco.
- Mención al inicio del evento y en entrevistas de radio.

- Presencia de la marca en las CHAQUETAS que llevará la producción del evento.
- 2 entradas de cortesía para el estreno.
- Logo en el programa de mano.
- Presencia de la marca en todo el material impreso del proyecto: pancartas, stickers, folletos, entre otros.
- Presencia de logo en el video trailer del evento y en el audiovisual de presentación del show.

PATROCINIO DIAMOND:

Pago de ESCENOGRAFÍA Bs. 150.000,00:

Presencia de su marca en:

- Campaña Digital del desarrollo de WAKANDA en redes sociales: Facebook, Instagram y Twitter.
- Presencia de la marca en el dorso de la franela del staff y elenco.
- Mención al inicio del evento y en entrevistas de radio.
- Presencia de la marca en las CHAQUETAS que llevará la producción del evento.
- 2 entradas de cortesía para el estreno.
- Logo en el programa de mano.
- Presencia de la marca en todo el material impreso del proyecto: pancartas, stickers, folletos, entre otros.
- Presencia de logo en el video trailer del evento y en el audiovisual de presentación del show.
- Se buscará en conjunto con ustedes la mejor disposición para la colocación de su logo en el escenario.

Para finalizar hicimos referencia a que la presencia de su marca en este prestigioso e innovador proyecto le generaría, valor agregado a su organización. Explicamos también que nuestros fines fueron netamente académicos y por ello, esperamos su participación activa para que juntos pudiéramos poner a valer al talento nacional y difundir un mensaje ecológico en nuestro país.

Carta de Agradecimiento a Patrocinantes (Anexo página 72)

A nuestros patrocinantes le dedicamos unas palabras de agradecimiento por haber formado parte de esta gran experiencia junto a nosotras, convirtiéndose en una parte fundamental dentro de esta gran producción.

Redactamos una carta de agradecimiento dirigida a todos nuestros patrocinantes, en la cual expresamos lo afortunadas que nos sentimos al haber contado con un apoyo tan importante como lo fue el de ellos. Expresamos también nuestro más sincero agradecimiento ya que sin ellos esta producción no hubiese sido posible y que además nos sentimos realmente felices de habernos convertido en vitrina de sus marcas y representarlos como lo merecen.

Base de Datos Empresas

| EMPRESA | PATROCINIO | CONTACTO | TELÉFONO | EMAIL |
|-----------------------|--|----------------|----------------|---------------------------|
| Zona Escolar/ La Mega | Publicidad en radio a las 6:00 AM, a las 4:00 PM y a las 7:00 PM. Grabación para la revista digital y página web. Aparición en su Snapchat y mención en sus redes sociales: Twitter e Instagram, todos los días. | Alejandro León | 0416-608-88-90 | alejandro@zonaescolar.net |

| | | | | |
|---|----------------------------|---|--------------------|---|
| Almacenador a Droalca | Bs 25.000 | Laura Cacucciolo | 0414-237- 58-65 | almacenador adroalca@g mail.com |
| Termotronic | Monetario | | | termotronic@ gmail.com |
| Plumrose | Bs 300.000 | Enrique Mata/ Carina Carvalho/ Vanesa Armas | 0424-420- 88-53 | ccarvalho@pl umrose.com/ varmas@plu mrose.com |
| Banesco banco Universal | Monetario | Gabriela Goncalves | | gagoncalves @banescose guros.com |
| Banesco banco Universal | Monetario | Vanesa Rondón | | vrondon@ba nesco.com |
| Abrasivos Abravit | Bs 70.000 / Impresiones | Johnny Cacucciolo | 0416-625- 31-81 | joeurobytes @gmail.com |
| Wealth Management Advisors Group | Bs 50.000 | Zuleida Martínez | 0424-239- 15-71 | zmartinez@w magroup.net |

| | | | | |
|----------------------|--|------------------------|----------------|--|
| Banco Provincial | Monetario | | | fundacion.bb vaprovincial.v e@bbva.com |
| Seguros Pirámide | Monetario | José Antonio Benítez | | jab2787@hotmail.com |
| Oceánica de Seguros | Monetario | José Antonio Benítez | | jab2787@hotmail.com |
| TNO Radio | Entrevista radial en el programa de Enzo Esposito. | Rafael Cassella | 0412-099-60-94 | rcassella@tnradio.com |
| Ron Roble | Barra de Cocteles | | | ronroble@gmail.com |
| Ceviche Bar | Barra de Ceviche | | | cevichebar@gmail.com |
| Yogen Fruz | Monetario | | | yogenfruz@gmail.com |
| Seguros La Vitalicia | Monetario | Maria Gabriela Aguilar | 0414-241-15-63 | |
| Digitel | Monetario | Maria Gabriela Aguilar | 0414-241.15-63 | conexión-social@digitel.com.ve |

| | | | | |
|---------------------|-----------|--|----------------|--|
| Galletas Puig | | | 0212-235-52-91 | |
| Diablitos Underwood | | | 0244-395-62-89 | |
| Nestle | Monetario | | | servicio.consumidor@ve.nestle.com |
| Automercados Plaza | Monetario | | | notiweb@elplazas.com |

Patrocinantes Logrados

A nivel monetario obtuvimos como patrocinantes a las empresas:

- Plumrose
- Abres de Venezuela
- Almacenadora Droalca
- Wealth Management Advisors

A nivel publicitario obtuvimos como patrocinantes a las empresas:

- Zona Escolar
- La Mega
- TNO Radio

Proveedores

De la misma manera, nuestros proveedores también fueron seleccionados y contactados gracias a trabajos que habíamos realizado con anterioridad. Todos nuestros proveedores eran personas y empresas de confianza, que nos permitieron cumplir con las expectativas de nuestro evento.

Por la parte escenográfica contamos con el Sr. José Luis Ferreira, escenógrafo de diversos comerciales y obras teatrales. Para la utilería contamos con Carmen Benítez y Johnny Cacucciolo, los cuales tienen gran experiencia creando las escenografías y elementos de los grupos de gaitas a nivel intercolegial. La confección del vestuario estuvo a cargo de Elisa Astudillo, costurera reconocida en el mundo de la danza. De la misma forma, como parte del equipo de vestuario contamos con el apoyo de María Eugenia Rivero y María Alexandra Rivero; ellas estuvieron orientadas a la realización de las máscaras que fueron utilizadas por los bailarines para la obra y de la pintura hecha a mano que necesitaron algunos vestuarios para lograr el efecto de neón esperado.

Así como contamos con proveedores para la escenografía, el vestuario y la utilería; también tuvimos proveedores a nivel de musicalización y de sala teatral. El encargado de realizar la mezcla y ecualización de las pistas utilizadas en la pieza teatral fue Orlando Machado, bailarín y productor musical. Para la sala teatral logramos contactar a Teatrex, quienes sirvieron de aliados y proveedores para hacer posible nuestra producción.

f) Logística y Planificación del evento

Para poder realizar este musical y que todo se diera tal cual fue planeado, fue necesario plantear ciertos horarios, los cuales nos ayudarían a tener un control del trabajo realizado y una mejor organización, para así hacer más fácil el trabajo.

Los ensayos se realizaban todos los viernes, sábados y domingos durante dos meses. Una vez que la fecha de estreno se iba acercando hubo que plantear los llamados ensayos generales, los cuales debían ser en el teatro para así cuadrar las **luces, sonido, espacio, entradas y salidas**, que se realizaban a lo largo del musical. El lunes 23 de noviembre, una semana antes del estreno, se llevó a cabo nuestro primer ensayo general en la sala de Teatex. Ese día fue movilizada desde temprano toda la **utilería** al teatro, contábamos con **elementos muy grandes, pesados y difíciles de movilizar**, por lo que requerimos de 3 camionetas grandes para poder llevarla al teatro. El horario de los bailarines se estableció desde las 9am hasta las 6pm. Nosotros como producción y para la comodidad de nuestro talento llevamos un **refrigerio**, el cual contaba con un **desayuno, almuerzo y meriendas**. Ese día se trabajaron los **puntos más importantes en cuanto al montaje**, los cuales fueron el **juego de luces** que se iba a realizar, **el sonido y el manejo del espacio en cuanto a los bailarines en conjunto con la utilería**.

Durante esa última semana de ensayos nos ocupamos de completar los **detalles que faltaban**, como lo era la **impresión de los programas de mano, entrega de vestuarios por parte de la costurera, entrega de camisas para nuestro elenco, coreógrafos y staff y pulir lo últimos detalles a nivel coreográfico en los ensayos**. El día 30 de noviembre, un día antes del estreno, decidimos no colocar ensayo a los bailarines ya que consideramos que a nivel artístico no es bueno desgastarse tanto antes de un estreno, por lo que tuvieron el día libre. Sin embargo, nosotras, las productoras estuvimos desde muy temprano en el teatro realizando algunos **ajustes con el equipo técnico del teatro** y se realizó también el **montaje de la escenografía** en conjunto con el equipo de montaje. Estuvimos supervisando todo para que todo saliera tal cual se planeaba, mientras una del equipo supervisaba el trabajo del

escenógrafo, otra se encargaba de los **ajustes a nivel técnico** y otra de la **organización de los camerinos y vestuarios**.

El teatro dispone de 4 camerinos, los cuales los dividimos en base a las escenas y a cada grupo a los cuales pertenecían en la historia, para así no generar un caos al momento de cambiarse de vestuario. En cada camerino se encontraban los vestuarios ya ordenados por escena de cada uno de los bailarines que allí estaba. Además de agua para la hidratación del talento, en el caso de los camerinos de las mujeres, colocamos artículos para el cabello y maquillaje que eran necesarios para alguna emergencia.

Una vez la escenografía montada, las luces y sonido ya cuadrados perfectamente y ordenados los camerinos, nos dirigimos a comprar algunos obsequios para nuestro equipo de trabajo, el cual junto a la producción realizó un trabajo impecable y nos brindó mucho apoyo para hacer realidad este proyecto. Los obsequios fueron unos zarcillos para cada coreógrafa, 4 pares y para los hombres coreógrafos le obsequiamos un termo. Aparte de tener un detalle con el personal de trabajo, como lo fueron los coreógrafos y staff, quisimos tener un detalle con el talento de nuestro musical, con nuestros bailarines, por lo que compramos algunas botellas de espumante para realizar un brindis con todos ellos, para de esa manera agradecerles por haber creído y amado éste proyecto tanto como nosotras lo hicimos.

El día del estreno, 1 de diciembre, se pautó llegar a las instalaciones del teatro a las 2 de la tarde, todos debían estar allí a esa hora, talento, personal de staff, técnicos, coreógrafos, vestuarista y por supuesto la producción. Se pautó a esa hora, ya que de esa manera el talento tuviese suficiente tiempo de arreglarse, maquillarse, peinarse y además poder ensayar y ajustar los últimos detalles antes del estreno. Reunimos a todo el equipo en la sala del teatro para hacerle entrega de sus camisas y así pudiéramos estar todos uniformados como todo gran equipo de producción. Ese día dispusimos de un fotógrafo el cual fue citado desde las 6 de la tarde para que pudiese captar todos los momentos que se vivieron en el backstage y también durante el musical. Se entregaron todos los programas de mano al personal del teatro que se encontraba en las puertas llevando el control de las personas que entraban, para que al momento de dar sala,

hicieran entrega de éstos a cada una de las personas que asistieron al evento. El animador fue citado una hora antes del estreno, para que así tuviera tiempo de conocer a nuestro elenco y formar parte de la buena vibra que allí se vivía en ese momento de nervios antes de salir a mostrar este gran trabajo. A las 8 de la noche, se cerraron las puertas del teatro y se dio inicio al musical.

El día de la segunda función, 2 de diciembre, el personal fue citado a las 4 de la tarde, un poco más tarde que antes ya que por ser el segundo día ya sabíamos cómo manejar el tiempo. El equipo de producción compró para ese día, pasapalos y bebidas para recibir al jurado cómo se debe. Los camerinos estaban impecables, todos los vestuarios ordenados, colocamos también una mesa en donde se encontraba el refrigerio y junto a este unas carpetas que poseían hojas de evaluaciones y observaciones, el programa del evento y una carta de agradecimiento por su asistencia. Dos horas antes de la llegada del jurado quisimos realizar el brindis con nuestro equipo. Nosotras como productoras les brindamos unas palabras de agradecimiento a todo aquellos que estuvieron trabajando en este gran proyecto y por habernos brindado su apoyo a lo largo de esta trayectoria, fue luego de esto que brindamos y logramos liberar el estrés generado por los nervios. Al igual que la primera función a las 8 de la noche se dió inicio a la segunda y última función de nuestro musical Wakanda.

Gracias al gran equipo con el que contamos y tuvimos la dicha de trabajar, Wakanda El Musical, fue un gran éxito, generando grandes comentarios positivos por parte del público que asistió, al cual estamos realmente agradecidas por haber asistido y haber vivido esta experiencia junto a nosotras.

g) Programa del Evento

El programa del evento en este caso, por ser un musical quisimos realizar un tríptico en donde se reflejaba el orden de las escenas, bailarines, coreógrafos de cada pieza, agradecimientos y nuestros patrocinantes. A continuación se presenta la base de nuestro programa.

WAKANDA

SINÓPSIS

Narra la batalla que existe entre la naturaleza y la humanidad. Sobre cómo los hombres están destruyendo el planeta y no miden las consecuencias. Solo con la fusión entre los hombres y la naturaleza puede existir la paz y la vida.

PRESENTACIÓN DE LA NATURALEZA

Los elementos de la naturaleza danzan en sintonía. Una naturaleza sublime, tan tranquila y tan pacífica que sorprende cuando es fuerte y desgarradora.

Coreógrafo: Alan González

Bailarines: Blanca Aranguren, Corina Cedeño, Constanza Requena, Victoria Cardozo y Jessica Zorrilla.

PRESENTACIÓN DE LA TRIBU

La tribu está conformada por indígenas que representan a los humanos que cuidan y respetan a la naturaleza.

Coreógrafo: Maria Alessandra Ercole y Valery Cacucciolo

Bailarines: Valery Cacucciolo, Maria Alessandra Ercole, Andrea Fernández, Natalia Conde, Vanessa Fuenmayor, Ailyn Joa, Bárbara Moncho, Viviana Velázquez, Christian Tovar, Rafael Tovar y Alan González.

CONVIVENCIA ARMÓNICA

La tribu danza en armonía junto a la naturaleza, la alaba y la cuida.

Coreógrafo: Alan González y Ronald Barreto

Bailarines: Blanca Aranguren, Corina Cedeño, Constanza Requena, Victoria Cardozo, Jessica Zorrilla, Andrea Fernández, Natalia Conde, Vanessa Fuenmayor, Ailyn Joa, Bárbara Moncho, Viviana Velázquez, Christian Tovar, Rafael Tovar y Alan González.

PRESENTACIÓN DE LOS EXPLORADORES

Los exploradores representan a los humanos inconscientes que van por la vida destruyendo el planeta sin tomar en cuenta las consecuencias.

Coreógrafo: Ronald Barreto

Bailarines: Ana Victoria Amaro, Mariaelena Angulo, Teresa Lovera

Sara Silva, Franklin Barreto, José Manuel Bueno, Luis Alarcón y Ronald Barreto.

DESTRUCCIÓN

Los exploradores destruyen la naturaleza y deciden acampar en el lugar.

Coreógrafo: Ronald Barreto y Alan González

Bailarines: Blanca Aranguren, Corina Cedeño, Constanza Requena, Victoria Cardozo, Jessica Zorrilla, Ana Victoria Amaro, Mariaelena Angulo, Teresa Lovera

Sara Silva, Franklin Barreto, José Manuel Bueno, Luis Alarcón y Ronald Barreto.

EL RAPTO

La tribu encuentra todo el terreno devastado. El chamán líder decide hacer algo al respecto.

Coreógrafo: Ronald Barreto

Bailarines: Bárbara Moncho, Christian Tovar y Rafael Tovar.

LA INVOCACIÓN

El chamán utiliza su magia y realiza sus invocaciones para mostrarle al líder de los exploradores cómo será el futuro si siguen destruyendo al planeta.

Coreógrafo: Andrea Fernández y Ronald Barreto

Bailarines: Valery Cacucciolo, Maria Alessandra Ercole, Andrea Fernández, Vanessa Fuenmayor, Natalia Conde, Ailyn Joa, Viviana Velázquez, Bárbara Moncho, Blanca Aranguren, Corina Cedeño, Constanza Requena, Victoria Cardozo y Jessica Zorrilla.

REVELACIÓN DE LA TIERRA

¿Cómo reacciona la tierra ante los maltratos del ser humano?

Coreógrafo: Ronald Barreto

Bailarines: Ana Victoria Amaro, Mariaelena Angulo, Teresa Lovera, Sara Silva, Christian Tovar y Rafael Tovar.

REVELACIÓN DEL VIENTO

¿Cómo reacciona el viento ante la contaminación del ser humano?

Coreógrafo: Franklin Barreto

Bailarines: Ailyn Joa, Luis Alarcón, Franklin Barreto y José Manuel Bueno.

REVELACIÓN DEL AGUA

¿Cómo reacciona el agua ante el desperdicio del ser humano?

Coreógrafo: Corina Cedeño

Bailarines: Blanca Aranguren, Corina Cedeño, Constanza Requena, Victoria Cardozo y Jessica Zorrilla.

REVELACIÓN DEL FUEGO

¿Cómo el hombre utiliza el fuego para destruir todo lo que le rodea?

Coreógrafo: Gabriela Alfonzo y Maria Corina Salcedo

Bailarines: Gabriela Alfonzo, Valery Cacucciolo, Maria Alessandra Ercole, Andrea Fernández, Vanessa Fuenmayor, Bárbara Moncho, María Corina Salcedo y Viviana Velázquez.

LA REFLEXIÓN

El líder de los exploradores después de haber visto todos los daños que él y su gente están causando se siente avergonzado y desea cambiar su mentalidad y unirse a la tribu.

Coreógrafo: Alan González

Bailarines: Ailyn Joa, Christian Tovar, Rafael Tovar y Ronald Barreto.

DESPERTAR

Los exploradores se levantan y al no encontrar a su líder deciden salir a buscarlo con intenciones de destruir a todo aquello que se les interponga.

Coreógrafo: Ronald Barreto

Bailarines: Ana Victoria Amaro, Mariaelena Angulo, Teresa Lovera

Sara Silva, Franklin Barreto, José Manuel Bueno y Luis Alarcón.

LA BATALLA

Mientras la tribu y su nuevo miembro danzan junto a la naturaleza aparecen los exploradores y al ver a su líder totalmente cambiado se molestan y deciden iniciar una batalla contra la tribu.

Coreógrafo: Ronald Barreto

Bailarines: Valery Cacucciolo, Maria Alessandra Ercole, Andrea Fernández, Natalia Conde, Vanessa Fuenmayor, Ailyn Joa, Bárbara Moncho, Viviana Velázquez, Christian Tovar, Rafael Tovar, Alan González, Ana Victoria Amaro, Mariaelena Angulo, Teresa

Lovera, Sara Silva, Franklin Barreto, José Manuel Bueno, Luis Alarcón y Ronald Barreto.

REVIVIR

La naturaleza le devuelve la vida al líder explorador y todos sueltan sus armas y se arrodillan ante el gran espíritu de la madre tierra.

Coreógrafo: Ronald Barreto

Bailarines: Todos

LA FUSIÓN

El líder explorador vuelve a la vida y su retorno causa el arrepentimiento de los exploradores que se dan cuenta del gran poder de la naturaleza. Comienzan a bailar todos juntos en una danza de alegría y paz, que demuestra que la humanidad y la naturaleza pueden convivir para crear un mundo mejor, como debió haber sido siempre.

Coreógrafo: Ronald Barreto

Bailarines: Todos

DIRECCIÓN GENERAL Y PRODUCCIÓN

Valery Cacucciolo

Maria Alessandra Ercole

Andrea González

DIRECTOR ARTÍSTICO

Ronald Barreto

DEPARTAMENTO CREATIVO

Ronald Barreto

Valery Cacucciolo

Carlos Dupouy

Maria Alessandra Ercole

Andrea González

EDICIÓN MUSICAL

Orlando Machado

AUDIOVISUALES

José Manuel Bueno

GUION ORIGINAL

Valery Cacucciolo

María Carolina Capocci

Maria Alessandra Ercole

Andrea González

DISEÑO Y CONFECCIÓN DE VESTUARIO

Elisa Astudillo

Valery Cacucciolo

Maria Alessandra Ercole

Andrea González

María Alexandra Rivero

María Eugenia Rivero

UTILERÍA

Noris Barreto

Carmen Teresa Benítez

Johnny Cacucciolo

María Alexandra Rivero

María Eugenia Rivero

FOTOGRAFÍA

Ivonne Velasco

AGRADECIMIENTOS

Carmen Teresa Benítez

Johana Cacucciolo

Johnny Cacucciolo

María Cacucciolo

Erika De Freitas

Ana Paula De Sousa

Carlos Dupouy

Alessandro Ercole

Elizabeth Fernández

Pedro González

Gabriela Guinand

Johan Infante

Andrea Más

Mariacarolina Poleo

Lucía Pellico

María Alexandra Rivero

María Eugenia Rivero

Pablo Sánchez

Instituto Andes

AGRADECIMIENTO ESPECIAL

Fitness Dance

h) Identidad Gráfica

Investigando encontramos un nombre para nuestra obra que nos pareció bastante llamativo al cual le conseguimos varios significados. *Wakanda* es una nación africana ficticia del Universo Marvel Comics, pero también descubrimos que significa “el gran espíritu” o “que posee el poder mágico” y es de origen nativo/americano. Quisimos utilizar esta palabra ya que además de causar bastante impacto al pronunciarla o leerla, pudimos enfocar su significado al gran poder que posee la naturaleza y cómo ella, sin darnos cuenta, influye en nuestras vidas.

Al tratarse de un tema de la naturaleza, de su magia y del origen africano de la palabra decidimos elegir colores atractivos e impactantes a simple vista. Seleccionamos una mezcla de colores donde destacan el fucsia, el morado, el verde y el rojo, en perfecta armonía. Las letras del nombre como tal las colocamos en blanco para hacer contraste y que no se perdiera con el fondo, y a su vez utilizamos una tipografía con ese tono estilo tribal que estábamos buscando.

El resultado final del logo fue muy efectivo y nos permitió utilizar sus colores y su fondo durante todo el proceso de promoción para el evento y para los visuales dentro de la obra. Todo los artes y material gráfico que se llevó a cabo se guió por la misma línea de colores y bajo el mismo concepto de utilizar colores llamativos bajo un fondo negro y siempre resaltando la palabra “Wakanda” en blanco. Dentro del material gráfico podemos mencionar el programa de mano, afiches, trípticos y volantes informativos, calcomanías y se mandaron a hacer unas camisas con el logo identificadas para cada miembro de la producción, desde el elenco hasta el staff. Las personas que formaron parte de este espectáculo aún utilizan la camisa del evento, la cual es muy vistosa y nos permitirá la constante promoción de nuestro evento.

WAKANDA

Tipografía



Logotipo



Póster

CAMISAS WAKANDA



Detalle camisas

- 50 franelas color negro. Logo a color estampado en la parte frontal y logo color blanco estampado en la parte trasera. También en parte trasera de la franela personalizado identificando departamento del staff abajo del logo.
- 6 franelas talla “S”. Abajo del logo color blanco dirá en tipografía “helvética”, n° 12, color blanco: Producción y Dirección.
- 8 franelas (2 talla “L”) y (6 talla “S”). Abajo del logo color blanco dirá en tipografía “helvética”, n° 12, color blanco: Staff.
- 20 franelas (12 talla “S”) y (8 talla “M”). Abajo del logo color blanco dirá en tipografía “helvética”, n° 12, color blanco: Elenco.
- 8 franelas (6 talla “M”) y (2 talla “L”). Abajo del logo color blanco dirá en tipografía “helvética”, n° 12, color blanco: Elenco y Coreógrafo.
- 1 franela talla “L”. Abajo del logo color blanco dirá en tipografía “helvética”, n° 12, color blanco: Director Artístico.
- 7 franelas (4 talla “S”) y (3 talla “M”). SIN TEXTO. Únicamente con el logo a color en la parte delantera y el logo blanco en la parte posterior de la franela.

i) Presupuesto

| Presupuesto General Wakanda. | | |
|-------------------------------------|----------------------|----------------|
| Descripción | Detalle | Monto |
| Teatro. | 2 Funciones. | Bs. 134.400,00 |
| Musicalización. | 16 Pistas. | Bs. 44.000,00 |
| Escenografía. | Montaje. | Bs. 100.000,00 |
| Vestuario. | 54 Piezas. | Bs. 278.600,00 |
| Vestuarios reciclados. | 4 piezas. | Bs. 8.000,00 |
| Impresión Material Gráfico. | 458 Piezas gráficas. | Bs. 70.000,00 |
| Uniforme. (Staff) | 50 Camisas. | Bs. 153.500,00 |
| Pinturas. | 5 litros y envío. | Bs. 14.890,00 |
| Luces LED. | Luces. | Bs. 5.500,00 |
| Luces UV nuevas. | 3 luces. | Bs. 24.000,00 |
| Luces UV usada. | 1 luz. | Bs. 8.200,00 |
| Brindis. | Espumante. | Bs. 6.160,00 |
| Edición de video. | Audiovisuales. | Bs. 8.000,00 |
| Estructura árbol. | Escenografía. | Bs. 18.000,00 |
| Alquiler salón. (San Luis) 2 días | Ensayos. | Bs. 8.800,00 |
| Alquiler salón. (Sta Paula) 3 días | Ensayos. | Bs. 8.352,00 |

| | | |
|-------------------------|---------------|-----------------------|
| Pilas. | Utilería. | Bs. 4.400,00 |
| Bandejas MDF | Utilería. | Bs. 17.000,00 |
| Envío árbol | Escenografía. | Bs. 3.000,00 |
| Compra toallas húmedas. | Maquillaje. | Bs. 800,00 |
| Compra gelatina. | Peinado. | Bs. 990,00 |
| Vasos plásticos. | Refrigerio. | Bs. 900,00 |
| Salsa de tomate. | Refrigerio. | Bs. 200,00 |
| Tomates. | Refrigerio. | Bs. 100,00 |
| 25 Canillas. | Refrigerio. | Bs. 810,00 |
| Alquiler de Luces UV | Luces. | Bs. 5.000,00 |
| Grabación de la obra | Trailer. | Bs. 9.000,00 |
| | | |
| Total | | Bs. 932.602,00 |

| | | | |
|------------------|---------------------------------|---------------------|----------------|
| Inversión | Pagos realizados Wakanda | | |
| | | | |
| | Descripción | Beneficiario | Monto |
| | 50% del Vestuario | Elisa Astudillo. | Bs. 139.300,00 |
| | Vestuario tribu | Inst. Andes | Bs. 8.000,00 |
| | 50% musicalización | Orlando Machado. | Bs. 22.000,00 |

| | | | |
|--|------------------------|----------------|-----------------------|
| | Brindis | Bodegón. | Bs. 6.160,00 |
| | Pinturas | Mercado Libre. | Bs. 10.600,00 |
| | Envío de pinturas | Domesa | Bs. 1.890,00 |
| | Total Inversión | | Bs. 187.950,00 |

| | | | |
|-------------------|-------------------------|-------------------|-----------------------|
| Patrocinio | Luces UV | Mercado Libre. | Bs. 32.200,00 |
| | Edición de Video | Jóse Bueno. | Bs. 8.000,00 |
| | Estructura Árbol | Noris Barreto. | Bs. 18.000,00 |
| | Salón San Luis | Gym San Luis. | Bs. 8.800,00 |
| | Pinturas | Domesa. | Bs. 2.400,00 |
| | Salón Sta Paula | Gym Sta Paula. | Bs. 8.352,00 |
| | Uniforme Staff | Elisa Astudillo. | Bs. 153.500,00 |
| | Compra de pilas | Johnny Cacucciolo | Bs. 4.400,00 |
| | Luces LED | Johnny Cacucciolo | Bs. 5.500,00 |
| | Bandejas MDF | Johnny Cacucciolo | Bs. 17.000,00 |
| | 50% musicalización | Orlando Machado. | Bs. 22.000,00 |
| | Envío de árbol | Noris Barreto. | Bs. 3.000,00 |
| | Impresiones | Jhonny Cacucciolo | Bs. 70.000,00 |
| | Total Patrocinio | | Bs. 353.152,00 |

| | | | |
|--|------------------------|------------------|-----------------------|
| Pago por ingreso de venta de entradas | Teatro | Teatrex. | Bs. 134.400,00 |
| | 50% Vestuario | Elisa Astudillo. | Bs. 139.300,00 |
| | 60% Escenografía | José Luis. | Bs. 60.000,00 |
| | Compra toallas húmedas | Locatel. | Bs. 800,00 |
| | Compra gelatina | Farmatodo. | Bs. 990,00 |
| | Vasos plásticos | Farmatodo. | Bs. 900,00 |
| | Salsa de tomate | Automercado. | Bs. 200,00 |
| | Tomates | Automercado. | Bs. 100,00 |
| | 25 Canillas | Panadería. | Bs. 810,00 |
| | 40% Escenografía | José Luis. | Bs. 40.000,00 |
| | Grabación video | José Bueno. | Bs. 9.000,00 |
| | Alquiler de luz UV | Alquiler. | Bs. 5.000,00 |
| | Total Entradas | | Bs. 391.500,00 |

| | | | |
|--------------|--|--|-----------------------|
| Total | | | Bs. 932.602,00 |
|--------------|--|--|-----------------------|

| Ingreso Estimado por venta de entradas Wakanda | | | |
|---|--------------|-------------|-----------------------|
| Descripción | Monto | Cant | Total |
| Entradas Primera Función | Bs. 1.800,00 | 205 | Bs. 369.000,00 |
| Entradas Segunda Función | Bs. 1.800,00 | 205 | Bs. 369.000,00 |
| Total | | 410 | Bs. 738.000,00 |
| Ingreso obtenido por venta de entradas Wakanda | | | |
| Ventas | Monto | Cant | Total |
| Primera función | Bs. 1.800,00 | 127 | Bs. 228.600,00 |
| Segunda función | Bs. 1.800,00 | 200 | Bs. 360.000,00 |
| Total | | 327 | Bs. 588.600,00 |

| Patrocinios Wakanda | | |
|-----------------------------|----------------|-----------------------|
| Empresa. | Monto. | |
| Almacenadora Droalca, C.A. | Bs. 25.000,00 | |
| Toyo-Oeste, C.A. | Bs. 50.000,00 | |
| Gabriela Guinand. | Bs. 2.400,00 | |
| Miguel M. | Bs. 150.000,00 | |
| WMA Consultoría General C.A | Bs. 44.642,00 | |
| Plumrose | Bs. 300.000,00 | |
| Abrasivos Abravit C.A | Bs. 70.000,00 | |
| | | |
| Total | | Bs. 642.042,00 |

| Diferencia dinero entradas Wakanda | | |
|---|----------------|-----------------------|
| Entradas | Gastos. | |
| Bs. 588.600,00 | Bs. 391.500,00 | |
| | | |
| Total | | Bs. 197.100,00 |

| Diferencia Patrocinios Wakanda | |
|---------------------------------------|-----------------------|
| Patrocinio. | Gastos. |
| Bs. 642.042,00 | Bs. 434.152,00 |
| | |
| Total | Bs. 207.890,00 |

| Ganancias Wakanda | |
|--------------------------|-----------------------|
| Patrocinio | Entradas |
| Bs. 207.890,00 | Bs. 197.100,00 |
| | |
| Total | Bs. 404.990,00 |

j) Comunicación y Promoción

- Base de datos

| Medio | Empresa | Intercambio | Contacto | Teléfono | Email |
|-------|------------------------------|--|---|--------------------|---------------------------------------|
| Radio | Zona Escolar / La Mega | Micro para la Lonchera Informativa que salía tres veces al día: a las 6am, a las 4pm y a las 7pm. Grabación para la revista digital y página web. Aparición en su Snapchat y mención en sus redes sociales: Twitter e Instagram. | Alejandro León <i>Director</i> | 0416-608- 88-90 | alejand ro@zo naesco lar.net |
| Radio | FM Center | 4 entrevistas en los programas: "De Primeros" en Hot 94.1 FM con Luis Alfredo Hernández y Óscar Martínez, "Simplemente Con Carmen Victoria Pérez" en La Romántica 88.9 FM, "Mujeres en Pelotas" por la Hot 94.1 FM con Mayra De Abreu y Marielena González y "Todo Acceso" por La Romántica 88.9 FM. | Rodolfo Rodríguez <i>Dueño de FM Center</i> | | |

| | | | | | |
|----------------|------------------|--|--|----------------|------------------------------------|
| Radio Digital | TNO Radio | Entrevista radial en el programa de Enzo Esposito. | Rafael Cassella <i>Director</i> | 0412-099-60-94 | rcassel la@tno radio.c om |
| Redes Sociales | Gladys Rodríguez | Mención y repost en Instagram. | Ashley Flores <i>Productora del Circuito Éxitos Unión Radio</i> | 0412-016-21-00 | aflores @exito sfm.co m |

- **Plan de medios**

Para nuestro plan de medios acudimos a la Directora Ejecutiva de ANDA, Ana Paula De Sousa. Justo estaba en plena organización de los Premios Anda 2015 y pudo darnos muchos consejos y nos guió en cuanto a cómo debíamos organizarnos con los medios y sobretodo con el procedimiento de patrocinio.

Evaluando nuestro presupuesto acudimos a la radio como medio de difusión por medio de intercambios y patrocinios. En primera instancia tuvimos como mayor apoyo a Zona Escolar en conjunto con La Mega, quien fue nuestra radio patrocinante. Nuestro intercambio consistió en menciones de ambas partes en redes sociales, colocación de su logo en nuestro programa de mano, volantes, afiches, video introductorio del show y camisas. Ellos nos proporcionaron un micro para la Lonchera Informativa que salía tres veces al día: a las 6:00 AM, a las 4:00 PM y a las 7:00 PM, entrevistas grabadas para su revista digital, apariciones en su Snapchat y el host de nuestro evento fue Alejandro León.

Contamos también con TNO Radio como patrocinador, la cual es una excelente y reconocida radio digital. Realizamos de igual manera intercambio en redes sociales,

colocación de su logo en nuestro material gráfico y entrevistas con sus principales anclas como por ejemplo Enzo Espósito.

No quisimos quedarnos allí con esas dos radios, sino que logramos conseguir el apoyo de FM Center, que aún sin poder ser nuestro patrocinador, nos proporcionó cuatro entrevistas en programas reconocidos de Hot 94.1 FM y de La Romántica 88.9 FM

Para las redes sociales se generó una campaña promocional estudiada y analizada para cada tipo de red. Específicamente con la utilización de Instagram, Twitter y Facebook.

- **Estrategia promocional**

En primera instancia utilizamos las redes sociales como primer medio de difusión de nuestro evento. Realizamos un plan de branding y de contenido para cada red social en la que nos íbamos a desenvolver. Para Instagram nos basamos en el contacto directo con el evento y sus participantes, contenido relacionado con el reciclaje y las formas de cuidar nuestro medio ambiente e imágenes atractivas que generaran curiosidad en los usuarios.

Realizamos videos donde se mostrara al elenco, sneak peeks de videos de los ensayos, información sobre los coreógrafos, sobre los patrocinantes, entre otros. Logramos un total de 1044 seguidores y un promedio de 50 likes por foto a partir de mediados de septiembre y durante los meses de octubre, noviembre y diciembre, con un crecimiento totalmente orgánico.

En Twitter nos basamos en datos puntuales sobre el evento, frases de invitación y cautivadoras, menciones a patrocinadores y datos sobre Wakanda. Logramos 54 seguidores y alrededor de 20 RTs.

A su vez en Facebook nos enfocamos a la publicación de videos, de información más larga que no podíamos publicar en las otras redes, tips de reciclaje y ahorro de energía y fotos sobre lo que iba a ser nuestro evento. Logramos un total de 87 likes de

nuestro fan page sin la compra de ningún tipo de publicidad y una buena cantidad de likes en las fotos y videos.

En todas las redes comenzamos con una campaña de intriga a finales del mes de septiembre para comenzar a generar PTA: “people talking about this” y curiosidad en los usuarios. También nos dedicamos esas primeras semanas a conseguir seguidores y generar artes y contenidos llamativos para poder formar esa comunidad de usuarios que necesitábamos. A medida que avanzaron los días se fue posteando contenido enfocado al evento y su contexto el cual generó una buena reacción y un excelente feedback. Las redes nos sirvieron incluso como medio para vender entradas, ya que estas no se vendían en taquilla al ser un evento privado. Contamos de igual forma con la campaña interna de promoción en la escuela de baile Fitness Dance y en el Gimnasio Body Star.

Los venezolanos no se caracterizan por ser de planificar sus salidas sino que les gusta improvisar y vivir el día a día, por ello dejamos las entrevistas radiales para los días más cercanos al evento, tanto para terminar de vender las entradas que nos quedaban como para difundir información valiosa del evento y darlo a conocer aún más.

Por último debemos mencionar el “boca a boca” que se produjo debido al impacto y lo llamativo del nombre “Wakanda”. Nuestro evento tuvo un gran renombre y superó las expectativas de los que asistieron, lo cual permitió que el boca a boca se continuara dando, al punto de que se nos ha solicitado la repetición del mismo en varias ocasiones.

EVENTO

El evento inició con la primera función, el estreno de la obra, el día 1 de diciembre de 2015 a las 8:00 PM. Para poder dar inicio al evento, citamos a los bailarines y al staff a las 10:00 AM, para arreglar los últimos detalles.

El ensayo general de ese día inició a las 10:30 AM y duró aproximadamente tres horas, finalizando a la 1:30 PM. El almuerzo duró dos horas y a las 4:00 PM comenzaron los preparativos técnicos y de elenco para poder dar inicio al estreno de la obra.

Los miembros del staff comenzaron a maquillarse, peinarse y realizar cada uno de los estiramientos necesarios para evitar cualquier lesión. El equipo de producción y los demás miembros del staff comenzamos a organizar cada uno de los elementos que formaron parte de la utilería para que fuesen utilizados en el orden indicado durante el desarrollo de la obra.

El público comenzó a llegar a las 7:00 PM y se dió sala a las 7:30 PM. A las afueras del teatro estaban cuatro miembros del elenco, con su vestuario respectivo, entregando los programas de mano a cada persona del público e invitándolos a pasar a la sala.

La obra inició a las 8:00 PM con unas palabras de apertura a cargo del locutor Alejandro León, de Zona Escolar.

La obra culminó hora y medio después, es decir a las 9:30 PM, poniendo en escena un total de ocho escenas en las que nuestro mensaje fue disfrutado por cada uno de los asistentes.

Una vez cerrado el telón y habiendo realizado el saludo final por parte de cada una de las personas que estuvieron en escena y tras bastidores, todos los miembros del elenco salieron del teatro para interactuar con el público y tomarse algunas fotos de recuerdo.

Lo mismo ocurrió el día 2 de diciembre de 2015. Sin embargo, para este día la planificación tuvo algunos ajustes, puesto que se esperaba la presencia del jurado interno de la universidad. En vista de esto, se organizó un brindis, que tendría lugar media hora antes de dar inicio a la obra, es decir a las 7:30 PM. Contábamos con 3

botellas de espumantes y algunos pasapalos, además de una visita guiada a los camerinos, para que lograsen ver la organización interna tanto de los camerinos, como del escenario en sí. Igualmente, para el jurado disponíamos de tres carpetas perfectamente identificadas con el logo del evento, con hojas membretadas para que anotaran cualquier comentario referente a la obra y a la producción de la misma.

De la misma manera, el inicio de la obra fue pospuesto quince minutos por decisión de la producción, ya que la zona del Hatillo estaba trancada, lo que imposibilitaba el acceso de gran parte del público. Pasados los quince minutos, logramos dar inicio a la obra, por lo que a las 8:15 PM el telón estaba siendo levantado para dejar ver la primera escena de la historia.

Las dos funciones finalizaron y lograron obtener muy buen “feedback” tanto del público como demás miembros del staff y del elenco, lo que nos permitió quedar satisfechas con nuestro trabajo.

En total asistieron trescientas personas, contando las dos funciones, teniendo en la segunda función sala llena con doscientas seis personas.

POST-EVENTO

Formato de la encuesta realizada a través de Google Forms y enviada por correo electrónico:

WAKANDA: El Gran Espíritu

¡Nos importa saber tu opinión!



¿Cómo se enteró de este evento?

- Redes Sociales
- Radio
- Alguien le comentó

¿Cómo califica la comunicación e información recibida a través de las redes sociales del evento?

- Excelente
- Regular
- Mala
- No seguía las redes sociales

¿Cómo califica a la producción y calidad del evento?

- Excelente
- Buena
- Regular
- Mala

¿Qué le pareció la historia de la obra?

- Excelente

- Buena
- Regular
- Mala

¿Qué opina sobre la organización del evento?

- Excelente
- Buena
- Regular
- Mala

¿Cómo califica el evento en general?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

¿Volvería asistir a Wakanda?

- Si
- No

¿Recomendaría el evento a otras personas?

- Si
- No

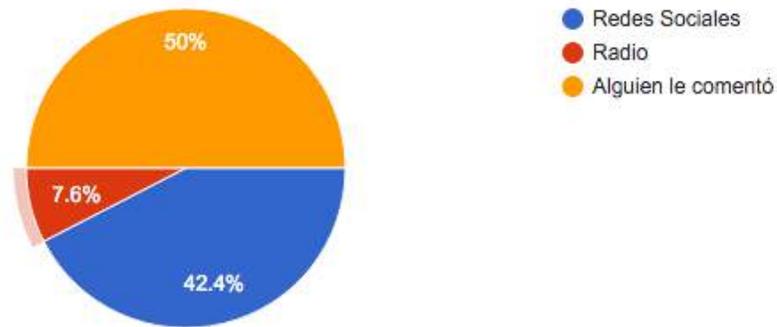
¿Catalogaría este musical de baile como una producción profesional?

- Si
- No

Resultados

Se realizó la encuesta a 66 personas que asistieron al evento y los resultados fueron los siguientes:

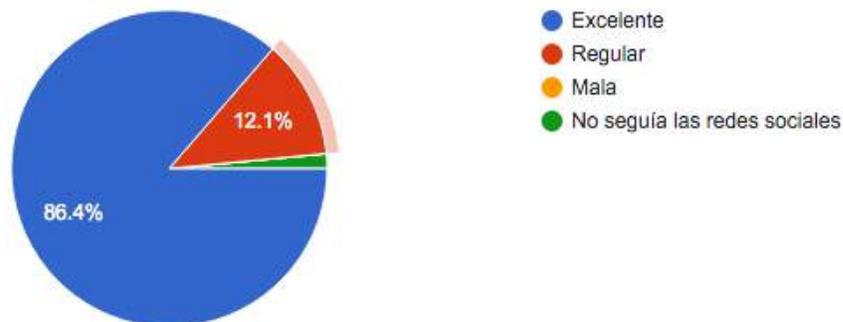
¿Cómo se enteró de este evento? (66 responses)



- 28 personas
- 5 personas
- 33 personas

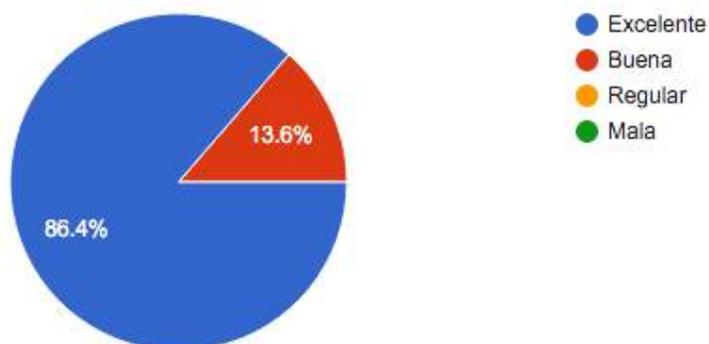
¿Cómo califica la comunicación e información recibida a través de las redes sociales del evento?

(66 responses)



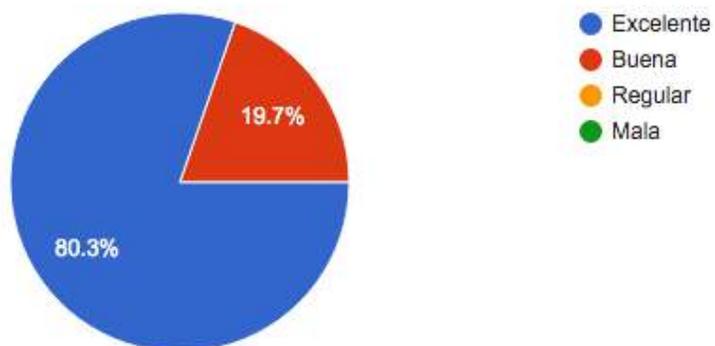
- 57 personas
- 8 personas
- 0 personas
- 1 persona

¿Cómo califica a la producción y calidad del evento? (66 responses)



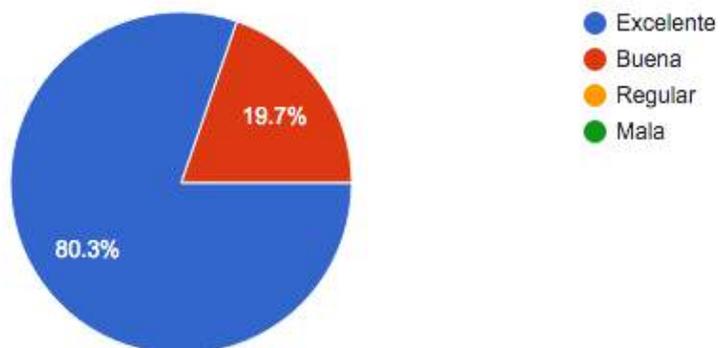
- 57 personas
- 9 personas
- 0 personas
- 0 personas

¿Qué le pareció la historia de la obra? (66 responses)



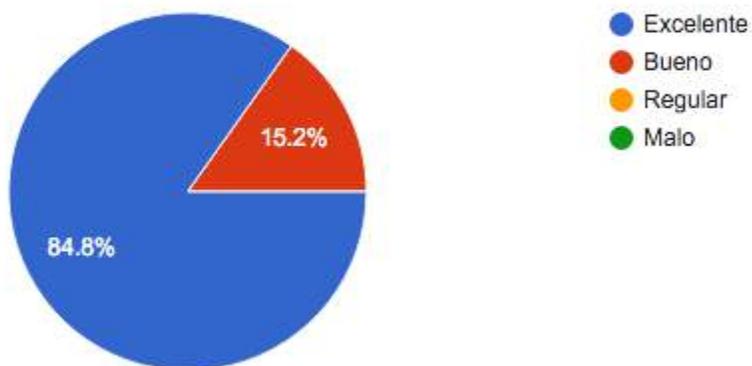
- 53 personas
- 13 personas
- 0 personas
- 0 personas

¿Qué opina sobre la organización del evento? (66 responses)



- 53 personas
- 13 personas
- 0 personas
- 0 personas

¿Cómo califica el evento en general? (66 responses)



- 56 personas
- 10 personas
- 0 personas
- 0 personas

¿Volvería asistir a Wakanda? (66 responses)



- 64 personas
- 2 personas

¿Recomendaría este evento a otras personas? (64 responses)



- 66 personas

¿Catalogaría este musical de baile como una producción profesional? (66 responses)



- 65 personas
- 1 persona

5. Conclusiones

Para concluir, podemos decir que los proyectos finales de carrera son esenciales, no solo por ser un requisito elemental para obtener el título universitario de nuestra profesión, sino para lograr conocer y descubrir cuáles son nuestras verdaderas inclinaciones dentro de esta carrera tan amplia y con tantos campos en los que se pueden incursionar.

Haber realizado este musical nos dio la oportunidad de poner en práctica varios conocimientos obtenidos a lo largo de nuestro paso por la Universidad Monteávila, además de poner a prueba muchas de nuestras destrezas profesionales y personales al momento de enfrentar cualquiera de las situaciones que se nos presentaron a lo largo de la producción del evento. Nuestras fortalezas se vieron resaltadas y nuestras debilidades fueron trabajadas hasta tal punto que se logró un evento de calidad, rompiendo con todos los paradigmas posibles. Tanto así que, una vez finalizado el evento, muchas personas no podían creer que tres estudiantes habían sido las que realizaron Wakanda El Gran Espíritu.

Logramos manejar situaciones y lidiar con nuevos aspectos del ámbito de la comunicación que no habíamos explorado o al menos no con tanta profundidad. Nos instruimos en el desarrollo de presupuestos y generar un plan de ahorro e identificación de prioridades para poder mantenernos apegadas a él pero al mismo tiempo manteniendo el nivel y la calidad que queríamos para nuestro evento.

Adquirimos conocimientos sobre cómo realizar cartas de patrocinio y armar paquetes de patrocinio acordes a las necesidades tanto de nosotras como de los potenciales destinatarios, incluyendo la realización de las presentaciones que llevamos a cabo para venderles nuestra propuesta. Nos adentramos aún más en la elaboración de estrategias de mercadeo digital, aprendiendo a realizar una propuesta para redes sociales específica para teatro, detectando así los principales aspectos a destacar, cómo llegarle a los usuarios con la utilización de un lenguaje adecuado e identificando cuáles eran sus intereses.

Aprendimos a llevar un buen trato con los proveedores y miembros de nuestro musical a pesar de los obstáculos y momentos de tensión, a mantener el debido seguimiento de los procesos y a saber resolver y buscar soluciones a problemas que se presentan en toda producción.

La universidad da la oportunidad de dejar volar la imaginación de sus alumnos por medios de los proyectos finales de carrera, por lo que consideramos que todos aquellos que tengan buenas ideas las trabajen y las desarrollen de la mano con las autoridades de la universidad. Es indispensable que los profesores de la universidad, la facultad, decanato, entre otros, se involucren con los alumnos en el desarrollo de sus ideas y propuestas para que ellos se sientan respaldados y la universidad se encuentre bien representada por los resultados de los diferentes proyectos realizados.

No es casualidad que los alumnos de la Universidad Monteávila, y en este caso hablamos de los alumnos y egresados de la Escuela de Comunicación Social a la cual pertenecemos, sean reconocidos nacional e internacionalmente por su creatividad y emprendimiento. Por lo tanto es importante que tanto alumnos como profesores, sigan creando alternativas para que se continúen trabajando y resaltando estos aspectos positivos que destacan a la institución y a sus alumnos.

Para cerrar tenemos la certeza de afirmar que para que un evento sea exitoso se debe saber exactamente lo que se quiere, delimitando bien todas las variables y tomando en cuenta todos los factores que pueden afectar directa o indirectamente al proyecto, se deben identificar los pasos que se deben realizar cronológicamente para lograr el objetivo, saber con cuáles recursos se cuenta y por último debe existir una buena organización y planificación para el día del evento. De esta manera se puede estar seguro de que la producción será exitosa y dará los resultados que se plantearon.

6. Recomendaciones

A continuación se presentan diferentes recomendaciones que pueden ser tomadas en cuenta para futuros proyectos finales de carrera similares a este:

- Se recomienda invitar a la mayor cantidad de medios posibles para tener una cobertura más amplia del evento.
- Se debe contratar con tiempo a un camarógrafo especializado en teatro, que asista a los ensayos generales y capte la iluminación y la esencia de la obra para que pueda realizar un video de calidad.
- Se recomienda adjuntar al programa de mano una encuesta en físico para ser llenada al final de la función y obtener una opinión inmediata general de toda la audiencia.
- Se recomienda contar con un mayor apoyo de la universidad y del centro de estudiantes, para así poder promocionar aún más el evento entre los estudiantes y llevar un mejor seguimiento del evento.
- Se recomienda informarse y asesorarse bien al momento de elegir al tutor responsable, ya que la tarea de este debe ser facilitar y guiar a los estudiantes en el proceso.
- Se recomienda crear una cuenta que sea únicamente para uso y disposición de la producción del evento, de manera tal que todos los pagos y depósitos sean realizados desde esa cuenta y hacia esa cuenta, optimizando el tiempo de los pagos y las transacciones bancarias.
- Se recomienda agendar con tiempo la gira de medios para lograr una mejor difusión por las redes sociales sobre la información de las diferentes entrevistas.

Se deben realizar las peticiones de patrocinio a principio del año fiscal de las compañías, ya que esto facilita la aprobación de los mismos, puesto que en ese período se asignan los montos por creación del presupuesto anual de la empresa.

7. Glosario

- PTA (People Talking About This): utilizado en la jerga de las redes sociales, especialmente en Twitter. Este término, proveniente del inglés, se le asigna a los temas que los usuarios más comentan y frecuentan.
- RTs (Retuit): del verbo retuitear. Definido por la RAE (Real Academia Española) como la acción de “reenviar un tuit a un determinado número de personas.”
- Sneak Peek: del término utilizado en inglés para referirse a lo que en español le diríamos vistazo.
- Wakanda: según el Collins Dictionary, la palabra Wakanda se define como el culto que los pueblos indígenas norteamericanos le rinden a la naturaleza.

8. Referencias Bibliográficas

- Collins Dictionary, 2016. Collins Dictionary: Wakanda. EU. Recuperado de <http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/wakanda>
- La Real Academia Española, 2016. Diccionario de la Real Academia Española: Retuitear. Madrid, Esp. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=WLM5Mt1>
- Vitalis. Gente, comunicaciones y ambiente, 2016. Vitalis: VITALIS presentó balance sobre situación ambiental en Venezuela. Caracas, Vzla. Recuperado de <http://www.vitalis.net/2013/01/vitalis-presento-balance-sobre-situacion-ambiental-de-venezuela/>

9. Anexos

- Modelo de Carta de Patrocinio

Caracas, septiembre de 2015

Señores,



Presente.

En esta oportunidad reciba un saludo extensivo a usted y a su equipo de trabajo, de parte de la producción de Wakanda el Musical: El Gran Espíritu. Nos es grato escribirle con la intención de hacerles un plan de patrocinio por parte de su marca para la producción de nuestro musical de baile, que será llevado a cabo los días 1 y 2 de diciembre del presente año en las instalaciones de Teatrex de Paseo el Hatillo.

La producción de este evento está conformada por tres estudiantes de 5to año de Comunicación Social de la Universidad Monteávila, quienes desean realizar un proyecto ambicioso como parte de su tesis de grado.

Con los conocimientos adquiridos en la universidad y experiencias laborales anteriores, desarrollamos este proyecto, que consiste en crear un guion original para poder desarrollar un musical.

Para llevar a cabo todo el montaje del espectáculo y que a su vez sea de calidad, necesitamos una inversión importante para así obtener resultados satisfactorios y lograr en un futuro, presentar dicho musical en temporadas regulares en los teatros nacionales.

Hay que hacer notar que es la primera vez que un grupo de estudiantes desarrolla un musical netamente original y con talento venezolano, ya que contamos con la colaboración de una de las mejores escuelas de baile del país, FITNESS DANCE, así como coreógrafos reconocidos a nivel nacional e internacional.

¿Si la tierra pudiera hablar, qué nos diría? Queremos hacer un esfuerzo tangible para rescatar los valores fundamentales de nuestro ecosistema. Nuestro proyecto es un musical con un mensaje netamente ecológico.

Su aporte monetario y/o alianza estratégica, nos sería de gran ayuda, para así poder lograr los altos estándares de calidad que nos hemos impuesto.

Nos encantaría ser vitrina de su marca, bajo las condiciones que proponemos en la hoja anexa.

Agradeciendo de antemano su colaboración y esperando su pronta respuesta,

MAV Producciones, Wakanda el Musical:

María Alessandra Ercole, estudiante y bailarina profesional.

Andrea González, estudiante y coordinadora de eventos Campamento la Llanada.

Valery Cacucciolo, estudiante y bailarina profesional.

PLANES DE PATROCINIO WAKANDA:

PATROCINIO GOLD:

INVERSIÓN BS. 100.000,00

Presencia de su marca en:

- ✓ Campaña Digital del desarrollo de WAKANDA en redes sociales: Facebook, Instagram y Twitter.
- ✓ Presencia de la marca en el dorso de la franela del staff y elenco.
- ✓ Mención al inicio del evento y en entrevistas de radio.

- ✓ Presencia de la marca en las CHAQUETAS que llevará la producción del evento.
- ✓ 2 entradas de cortesía para el estreno.
- ✓ Logo en el programa de mano.
- ✓ Presencia de la marca en todo el material impreso del proyecto: pancartas, stickers, folletos, entre otros.
- ✓ Presencia de logo en el video trailer del evento y en el audiovisual de presentación del show.

PATROCINIO PLATINIUM:

INVERSIÓN Bs. 50.000,00

Presencia de su marca en:

- ✓ Campaña Digital del desarrollo de WAKANDA en redes sociales: Facebook, Instagram y Twitter.
- ✓ Presencia de la marca en el dorso de la franela del staff y elenco.
- ✓ Mención al inicio del evento y en entrevistas de radio.
- ✓ Logo en el programa de mano.
- ✓ Presencia de la marca en todo el material impreso del proyecto: pancartas, stickers, folletos, entre otros.
- ✓ 1 entrada de cortesía.

PATROCINIO DIAMOND:

Pago de ESCENOGRAFÍA Bs. 150.000,00:

Presencia de su marca en:

- ✓ Campaña Digital del desarrollo de WAKANDA en redes sociales: Facebook, Instagram y Twitter.
- ✓ Presencia de la marca en el dorso de la franela del staff y elenco.
- ✓ Mención al inicio del evento y en entrevistas de radio.
- ✓ Presencia de la marca en las CHAQUETAS que llevará la producción del evento.
- ✓ 2 entradas de cortesía para el estreno.

- ✓ Logo en el programa de mano.
- ✓ Presencia de la marca en todo el material impreso del proyecto: pancartas, stickers, folletos, entre otros.
- ✓ Presencia de logo en el video trailer del evento y en el audiovisual de presentación del show.
- ✓ Se buscará en conjunto con ustedes la mejor disposición para la colocación de su logo en el escenario.

La presencia de su marca en este prestigioso e innovador proyecto le generará, ahora más que nunca, valor agregado a su organización. Nuestros fines son netamente académicos y por ello, esperamos su participación activa para que juntos podamos poner a valer al talento nacional y difundir un mensaje ecológico en nuestro país.

Contactos:

wakandaelmusical@gmail.com

Twitter: @wakandamusical

Instagram: @wakandaelmusical

Facebook: Wakanda El Musical

MAV PRODUCCIONES

Maria Alessandra Ercole - Cel. (0416) 622.43.39

maercole@gmail.com

Andrea González - Cel. (0414) 222.42.50

andreagpoleo@gmail.com

Valery Cacucciolo - Cel. (0426) 518.34.15

valucacucciolo@hotmail.com

- Modelo de Carta de Agradecimiento a Patrocinantes

Caracas, noviembre de 2015

Señores,

Presente.



Apreciado

En esta oportunidad el equipo de Wakanda, El Gran Espíritu, se dirige a ustedes con el propósito de extenderles nuestro más sincero agradecimiento por habernos brindado su apoyo en esta gran producción.

Nos es grato informarles que el musical Wakanda, fue ejecutado satisfactoriamente, logrando obtener los resultados esperados. Gracias a su apoyo y colaboración, pudimos llevar a esta producción a un alto nivel generando reacciones en el público nunca antes vistas.

Queremos recalcar que el montaje de esta producción pudo convertirse en realidad gracias a su aporte y colaboración para con nuestro equipo. Wakanda, El Gran Espíritu, se convirtió en un de las más grandes producciones de la Universidad Monteávila.

Ser vitrina de su marca significó un gran reto para nosotras, llevamos con orgullo el nombre de su empresa en nuestro uniforme, estamos felices de poder representarlos y llevar su nombre en alto.

Una vez más GRACIAS por haber creído en éste proyecto tanto como nosotras lo hicimos.

Se despide,

MAV PRODUCCIONES.

Contactos:

wakandaelmusical@gmail.com

Twitter: @wakandamusical

Instagram: @wakandaelmusical

Facebook: Wakanda El Musical

MAV PRODUCCIONES

Maria Alessandra Ercole - Cel. (0416) 622.43.39

maercole@gmail.com

Andrea Gonzalez - Cel. (0414) 222.42.50

andreagpoleo@gmail.com

Valery Cacucciolo - Cel. (0426) 518.34.15

valucacucciolo@hotmail.com

Tutores:

Ana Paula De Sousa – Directora Ejecutiva de ANDA = Asociación Nacional de Anunciantes.

- Modelo de Nota de Prensa

Nota de prensa

Wakanda: El Gran Espíritu

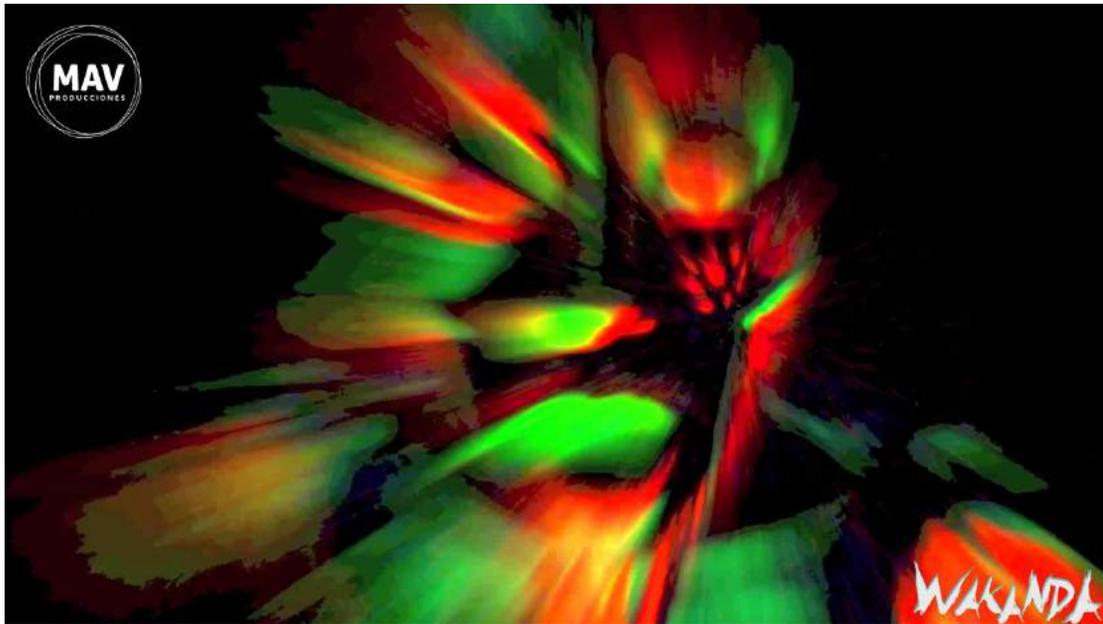
WAKANDA: El Gran Espíritu. Esta es una historia original narrada a través de diferentes secuencias coreográficas, en la que únicamente con la utilización del baile se hila toda la trama. Nuestra finalidad es unir varios elementos utilizados a nivel internacional en el mundo del espectáculo a nuestro proyecto, tales como el teatro negro, luces de neón, pinturas y telas fluorescentes, agua, entre otros. Nuestra producción original será realizada en las instalaciones de Teatrex de Paseo El Hatillo el 1 y 2 de diciembre a las 8pm y trabajaremos en conjunto con el mejor talento de la escuela de baile Fitness Dance para llevar a cabo una experiencia visual única, nunca antes realizada en nuestro país.

Esta pieza teatral es un proyecto de tesis de tres alumnas de 5to año de Comunicación Social de la Universidad Monteávila. Maria Alessandra Ercole, Valery Cacucciolo y Andrea González han decidido desarrollar una historia completamente original en donde nos transmitirán un mensaje ecológico, en el que la armonía entre el ser humano y el medio que lo rodea será esencial para poder vivir esta historia. Su proyecto se basa en la producción y el desarrollo creativo de este evento.

Para adquirir entradas o más información pueden seguirnos en nuestras redes sociales: Instagram @wakandamusical, Twitter @wakandamusical y Facebook “Wakanda Musical” o escribirnos a nuestro correo wakandaemusical@gmail.com.

- Imágenes Referenciales Publicadas en Facebook





- Imágenes Referenciales Publicadas en Instagram



wakandamusical

25w



...

75 likes

wakandamusical ✨PROXIMAMENTE ✨ #WAKANDA
 #wakandaelmusical #elgranespíritu #baile #teatrex
 #teatrexelhatillo #fitnessdance #MAVproducciones
 @fitnessdancescuela @teatrex

View all 7 comments

engarcia1213 Queeeeeeeeeeeeeee 🤪 #lalocura biennn
 @fitnessdancescuela

muluavila 🙌🙌

alejandro_rubberbones Excelente imagen!! Parece
 un loco del circo su color



wakandamusical

13w



...

59 likes

wakandamusical 🌿🌀🌊¿Cómo responde la
 naturaleza a los daños del hombre? 🌍💧☀️
 Descríbrele mañana en #WAKANDA #ElGranEspíritu a

- Videos Referenciales Publicados en Instagram



- Imágenes Gira de Medios



Entrevista con Enzo Espósito, TNO Radio.



wakandamusical

14w



43 likes

wakandamusical Felices por la entrevista con la gran @carmenvictoria33 📺 🎤 #WAKANDA

Entrevista con Carmen Victoria Pérez, La Romántica 98.9 FM Center.



wakandamusical

14w



46 likes

wakandamusical 📺 🎤 ¡Gracias a @deprimeros @oscarmartinezl @luisalfredoh por tenernos hoy en su programa! 🎤 #Wakanda

Entrevista con Oscar Martínez y Luis Alfredo Hernández en “De Primeros”, Hot 94.1 FM Center.

- Sesión de Fotos Vestuarios







- Post - Evento

