# EL ESCAPARATE. VITRINA DE DIFUSIÓN Y CREACIÓN

Sarah Hernández

María Helena Torres

Cristina Camacho

Laura Figueroa

Laura Arias

Tecnología en producción escénica y visual

LCI BOGOTÁ FUNDACIÓN TECNÓLOGICA

BOGOTÁ

2018

# DEDICATORIA

Dedicado a cada una de nosotras que sin importar las dificultades y obstáculos presentados en este camino, nunca dejamos de persistir.

## AGRADECIMIENTOS

Queremos agradecer principalmente a la rectora Paula Perotti quien apoyó y dio el aval por parte de LCI para la financiación de este proyecto, a ella le agradecemos creer en nosotras y brindarnos la oportunidad de materializar nuestras ideas. A Jorge Peña y al equipo de comunicaciones de la institución agradecemos por su contribución en la planeación del evento y en la parte gráfica de EL ESCAPARATE.

Por otra parte, queremos agradecer a Nelly Vargas, nuestra directora de tesis, quien acompañó y guio nuestro proceso. Agradecemos todo su interés y la manera en que acogió nuestras ideas para encaminarlas.

Agradecemos a todas las personas, familiares, amigos y allegados que nos apoyaron en este proceso y por las manos que nunca nos faltaron para la realización y materialización de EL ESCAPARATE.

Finalmente agradecernos a nosotras como equipo, por el trabajo incansable, el tiempo, la dedicación y todos los esfuerzos realizados para poder cumplir con nuestro objetivo final.

Gracias LCI por permitirnos culminar un proceso académico que seguramente aportará grandemente a nuestras vidas.

**TABLA DE CONTENIDOS**


1. INTRODUCCIÓN ..... 7
2. MARCO TEÓRICO ..... 11
3. REVISIÓN DE LITERATURA ..... 30
4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA ..... 44
5. JUSTIFICACIÓN ..... 46
6. OBJETIVOS ..... 48
7. METODOLOGÍA ..... 49
8. EL ESCAPARATE ..... 52
   8.1 ¿Cómo surge la idea? ..... 52
9. NUESTRO MODELO ..... 56
   9.1 Modelo de producción ..... 56
   9.2 Presupuesto y Cronograma ..... 57
      9.2.1 Cronograma del proyecto ..... 57
      9.2.2 Cronograma de preproducción evento (Anexo 2) ..... 58
      9.2.3 Cronograma minuto a minuto ..... 58
      9.2.4 Presupuesto base ..... 58
      9.2.5 Presupuesto final ..... 58
10. PROPUESTA DE ARTE ..... 59
   10.1 Propuesta ..... 63
11. DE LA TEORÍA A LA PRÁCTICA ..... 64
   11.1 Informes de reuniones con directivas ..... 65
      11.1.1 Tecnología en Producción Escénica y Visual ..... 65
      11.1.2 Tecnología en Producción Gráfica Digital ..... 66
      11.1.3 Técnico Profesional en Maquillaje Artístico ..... 66
      11.1.4 Tecnología en Mercadeo y Comunicación de la Moda ..... 67
      11.1.5 Tecnología en Gestión de Industrias Creativas ..... 67
      11.1.6 Técnico Profesional en Pastelería y Panadería ..... 68
      11.1.7 Tecnología en Producción Fotográfica ..... 68
      11.1.8 Tecnología en Interiorismo e Intervención de Espacios ..... 68

11.1.9 Tecnología en Moda e Indumentaria ..... 69
11.2 Presentación del proyecto a estudiantes y solicitud de trabajos ..... 69
11.2.1 Tecnología en Producción Escénica y Visual ..... 69
11.2.2 Tecnología en Producción Gráfica Digital ..... 70
11.2.3 Tecnología en Interiorismo e Intervención de Espacios ..... 70
11.2.4 Tecnología en Moda e Indumentaria ..... 70
11.2.5 Técnico Profesional en Maquillaje Artístico ..... 71
11.2.6 Tecnología en Mercadeo y Comunicación de la Moda ..... 71
11.2.7 Tecnología en Gestión de Industrias Creativas ..... 71
11.2.8 Tecnología en Producción Fotográfica ..... 71
11.2.9 Técnico Profesional en Pastelería y Panadería ..... 72
11.3 Curaduría ..... 72
11.3.1 Tecnología en producción fotográfica ..... 72
11.3.2 Tecnología en Moda e Indumentaria ..... 74
11.3.3 Técnico Profesional en Maquillaje Artístico ..... 75
11.3.4 Tecnología en Producción Gráfica y Digital ..... 79
11.3.5 Tecnología en Producción Visual y Escénica ..... 80
11.3.6 Tecnología en Mercadeo y Comercialización de la Moda ..... 81
11.3.7 Tecnología en Gestión de Industrias Creativas ..... 82
11.4 Resolución a los interrogantes planteados ..... 83
11.5 Propuesta de arte (construcción y resultados) ..... 94
12 PRE-PRO-POS PRODUCCIÓN DE EL ESCAPARATE ..... 96
12.1 Preproducción ..... 96
12.2 Producción ..... 101
12.3 Posproducción ..... 106
13 DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS ..... 108
14 CONCLUSIONES ..... 110
15. RECOMENDACIONES ..... 118
ANEXOS ..... 119

## RESUMEN

EL ESCAPARATE es un proyecto de investigación que pretende responder a la necesidad de generar reconocimiento de los estudiantes de LCI Bogotá ante la institución y el mercado laboral de la ciudad. Así, se plantea el ejercicio de crear un evento que incentive la creación y la difusión de los diferentes trabajos que se realizan en los programas ofrecidos dentro de la institución a través de un modelo de producción propio propuesto a partir de un proceso de revisión documental. Esto, con el objetivo principal de atraer empresas del medio a la institución y generar un espacio que posibilite futuros convenios de prácticas. Así, la realización de este evento permite analizar y retroalimentar los procesos de producción ejercidos por las estudiantes de último cuatrimestre del programa de Tecnología en Producción Escénica y Visual al igual que procesos internos de trabajo transversal entre quienes integran la comunidad de LCI Bogotá.

# 1. INTRODUCCIÓN

El centro tecnológico LCI Bogotá cuenta con un total de 10 programas académicos entre los cuales se destacan la creación y el diseño como eje fundamental de cada uno de ellos. Desde su fundación, esta institución ha crecido notablemente en programas, infraestructura y alumnado; no obstante, el reconocimiento de sus pensum y, por ende, de lo que ofrecen sus estudiantes y egresados en el campo laboral, no se ha expuesto del mismo modo significativo.

Esta situación fue evidenciada y corroborada para este trabajo por las estudiantes de último cuatrimestre del programa de Tecnología en Producción Escénica y Visual, mediante la realización de encuestas en las cuales se indagó sobre la percepción de la comunidad LCI Bogotá en cuanto a las oportunidades de visualización de todos sus estudiantes. Al respecto, se vio como resultado la exigencia por gran parte de la comunidad, especialmente estudiantes, de tener mayor cantidad de espacios de exposición que les permitan obtener visibilidad entre la institución y fuera de ella con el fin de ampliar la oferta y la demanda laboral.

Por otro lado, esta problemática también desemboca en una baja cantidad de convenios entre LCI Bogotá y empresas del medio que, sin saberlo, pueden requerir del perfil de nuestros estudiantes y egresados, limitando entonces las opciones de prácticas para muchos al igual que el acceso al campo laboral. Así mismo, los estudiantes expresan la necesidad de tener mayores oportunidades que originen la conformación y colaboración de equipos de trabajo nutridos desde los diferentes enfoques del diseño que pueden llegar a brindar mayor pluralidad y calidad en los proyectos que elaboren. Además, debido al desconocimiento de las aptitudes de los demás programas no es usual que se generen este tipo de conexiones, por lo que se percibe un vacío en el momento de consolidar grupos de estudio y trabajo.

El programa de Producción Escénica y Visual es una gran muestra de esta problemática, de hecho, es a partir de una reflexión interna que se llevó este cuestionamiento hacia la totalidad de los programas del centro tecnológico LCI Bogotá. Existe una gran falta de conocimiento y propagación del programa entre los integrantes de LCI y las empresas que afuera podrían requerir de este tipo de perfiles para sus producciones visuales y escénicas. De este modo, dado que la carrera brinda las herramientas necesarias para la generación de espacios o eventos, la realización de este proyecto toma más fuerza al quedar en manos del programa que por excelencia puede generar un evento que permita, como un primer paso, exponer y acercar a la comunidad académica y laboral a los talentos de recién egresados y futuros profesionales.

Siendo así, se ha propuesto el diseño y la producción de un evento interdisciplinar que tendrá por nombre EL ESCAPARATE, en el cual confluirán estudiantes y egresados para presentar sus mejores proyectos con el fin de mostrar, ante la comunidad y el sector profesional, las capacidades adquiridas mediante los procesos de formación y demostrar sus aptitudes para asumir de manera óptima cargos de carácter profesional.

Este evento será entonces una vitrina de exposición interactiva que no solo cumplirá con las funciones de exponer y difundir los trabajos al igual que los talentos de estudiantes y egresados, sino que a su vez pretenderá crear vínculos entre los integrantes de la comunidad académica y de estos con el campo externo laboral. De igual forma, rescatará la integralidad de una carrera potente como Producción Escénica y Visual al estar a cargo del diseño, producción y ejecución del mismo.

Será entonces un recorrido interactivo en el cual los participantes realizarán exposiciones de sus aptitudes a través de la muestra de sus proyectos más sobresalientes o de la acción en vivo de sus habilidades como en el caso de maquillaje artístico, fotografía, diseño

de modas, entre otros. La muestra contará con música de ambientación que resaltará la propuesta visual en pro de mantener un ambiente armónico que invite a los asistentes a permanecer allí disfrutando y poniendo plena atención a los trabajos y a sus exponentes. A su vez, este equipo de investigación y producción expondrá sus capacidades como productoras escénicas y visuales al ser las diseñadoras y ejecutoras del proyecto de manera integral.

Siendo así, EL ESCAPARATE tiene como objetivo principal ser una ventana donde tanto estudiantes como posibles empleadores puedan apreciar el trabajo de los recién y futuros egresados de esta institución académica. Por esta razón, una de las primeras contribuciones de este evento a la institución pretende ser la posibilidad de abrir un espacio óptimo para comenzar a tejer una red de convenios tanto para futuras conexiones laborales como para prácticas.

Por otro lado, a través de este podría generarse una alternativa que, en cierta medida, apoye en la necesidad que tienen las diferentes carreras de una integración entre los estudiantes de los diversos programas y sus proyectos de creación. Se considera importante este encuentro al ser también una forma de concientizar a todos los estudiantes y directivas de la institución sobre las diversas personas capacitadas que se hallan a su alrededor para la ejecución de una inmensa variedad de proyectos.

Cabe resaltar que en este evento se busca mostrar los mejores trabajos, lo que incentivará a los estudiantes a presentar proyectos de excelente factura ya que serán observados por los invitados influyentes en los diferentes medios laborales. A partir de esto se intentará fomentar una autoexigencia que se verá reflejada en su futuro como profesionales egresados de la fundación tecnológica LCI Bogotá y, gracias a ello, se podrán consolidar nuevos convenios al igual que reforzar los ya existentes.

Finalmente, EL ESCAPARATE contribuirá a que LCI vea las capacidades de sus estudiantes como fortalezas para la realización de futuros proyectos de la institución académica. De este modo, es importante la realización de este proyecto al traer suficientes ventajas tanto para su exposición como centro de educación en diseño como para los estudiantes próximos a graduarse y egresados.

## 2. MARCO TEÓRICO

Para este trabajo serán utilizadas tres categorías de análisis que pretenden señalar desde qué perspectiva es entendido el proceso de transversalidad en la academia y, junto a ello, los procesos de gestión y producción para dar viabilidad a un evento que cumpla con las metas y objetivos planteados en un proyecto cultural y artístico.

### *Transversalidad académica*

Para abordar este concepto es necesario entender principalmente la diferenciación entre la acción de enseñar y la acción de educar. La primera, implica simplemente "mostrar o exponer conocimientos, principalmente de tipo conceptual o procedimental, y de carácter casi siempre científico o técnico, dirigidos a formar trabajadores más o menos cualificados" la educación, por su parte, "contempla el desarrollo de todas las capacidades de la persona, incluidos los valores y las actitudes, y persigue preparar al individuo para la vida en sociedad" (Reyzabal, & Sanz, Los ejes transversales, aprendizajes par la vida, 1995, pág. 1).

De este modo, la transversalidad en contenidos curriculares y académicos permite la transmisión de la cultura, los valores y las destrezas necesarias para desenvolverse adecuadamente en la vida cotidiana y, en general, dentro de la sociedad. El lograr esta actitud dentro de una comunidad académica permite que el individuo se sitúe en la historia y cree una sensibilidad hacia la creación artística, de manera que pueda reflexionar sobre su vida personal y social.

"Los objetivos y contenidos propios de la transversalidad han de adquirirse y desarrollarse dentro de las áreas curriculares, redimensionándolas en una doble perspectiva:

acercándolos y contextualizándolos en ámbitos relacionados con la realidad de cada estudiante y con los conflictos y problemas del mundo contemporáneo y, a la vez, dotándolos de un valor funcional o de aplicación inmediata respecto a la comprensión y posible transformación de esa realidad y de esos conflictos" ( (Reyzabal, & Sanz, Los ejes transversales, aprendizaje para la vida, 1, pág. 6)). De esta manera, y teniendo en cuenta el contexto institucional en el que se enmarca el presente proyecto de investigación, es necesario resaltar la importancia de ligar la formación de nuestros estudiantes con el medio laboral real al que muy posiblemente podrán y deberán aspirar luego de obtener su título académico.

Los ejes transversales surgen a raíz de los problemas sociales que afectan a un país, a una región o, en este caso, a una comunidad. Según Cano Zapata y Rodas Cardona (S.F) estos ejes tienen como propósito:

a) Construir y consolidar conocimientos que permitan analizar críticamente los aspectos de la sociedad que presenten un conflicto de valores.

b) Desarrollar capacidades en torno a un sistema de principios éticos que generen actitudes democráticas, respetuosas, responsables, participativas, activas y solidarias.

c) Desarrollar el pensamiento crítico en las personas.

d) Generar actitudes de implicación personal en la búsqueda de alternativas más justas.

e) Potenciar la valoración de la perspectiva ética del ser humano.

f) Desarrollar un modelo de personas con calidad humana.

Finalmente, las características comunes de uso de la transversalidad se centran en impulsar la relación entre escuela y entorno para empapar a los estudiantes de la realidad a

la que posteriormente se enfrentarán. Así mismo, esta actúa en tres dimensiones que, desde una perspectiva ética, promueven visiones interdisciplinares, globales y complejas que permiten la comprensión de fenómenos difíciles de explicar desde la parcialidad disciplinar, estas son: actitudinales, procedimentales y conceptuales.

La transversalidad en el currículo asegura entonces no solo la conexión entre las áreas de enseñanza y los temarios de los programas académicos, sino también la conexión que indispensablemente debe hacerse entre estos conocimientos y el contexto micro y macro social en el que se encuentra. Siendo así, en el caso de LCI Bogotá, la transversalidad se puede hallar en el proceso de creación de los distintos programas siempre que se apoyan en los conocimientos de otros ajenos a ellos, por ejemplo, cuando un trabajo de moda requiere de un registro fotográfico y decide apoyarse en estudiantes del programa de fotografía en lugar de contemplar agentes externos. Infortunadamente, casos como estos, especialmente en los que se liguen la totalidad de los programas, ocurren de manera muy reducida, institución, lo que da mayor fuerza a la creación de este trabajo de investigación en tanto hace un llamado de atención sobre todos los talentos potenciales que existen no solo entre cada especialidad sino entre la unión de unas con otras.

Es por lo anterior que se puede entender la manera en que la transversalidad en la academia logra explotar cualidades a futuro en el campo social y laboral, debido a que se comienzan a forjar estructuras de vínculos y conexión en pro de generar equipos que den mayor fuerza a los distintos proyectos creados.

***Gestión***

Gustavo Schraiern, en su libro “Laboratorio de producción teatral I” (2006), cuenta su labor a partir del rol de productor para demostrar que este no es únicamente quien suministra dinero y contribuye a la consecución de recursos, sino que también contribuye en la visión creativa de un proyecto, ayudando a determinar su éxito y su construcción. De igual forma, este rol es fundamental tanto en la selección de un equipo adecuado de trabajo, como en la organización del mismo para el desarrollo de las distintas tareas que componen el proyecto.

Entre las labores de la producción, señala, es necesario llevar a cabo la gestión. Según Schraier, los diferentes tipos de gestión pueden ir desde el sistema de producción privada hasta el empresarial, cada uno con diferentes beneficios y cuidando, de cierto modo, algunos intereses. Es entonces necesario saber elegir quién o quiénes contribuirán a un proyecto para no llegar a vivir una experiencia frustrante en la que, por cuestiones de financiación, se terminen dejando a un lado las razones verdaderas con las que se empezó a construir un espectáculo.

Tener claro qué es lo que se quiere hacer, el por qué y qué se quiere lograr son tres preguntas necesarias de responder durante la fase de la preproducción para fijar las metas del proyecto y su construcción. El autor señala “toda preproducción debiera contar con una etapa inicial en la que se analicen primero de forma aproximada y luego más exhaustivamente aspectos referidos a la génesis del proyecto” (Schraier 2006;39).

Las metas del proyecto deben ser precisas y específicas, realistas y viables. “En síntesis todo proyecto está compuesto por una serie de metas que se deben cumplir para alcanzar los objetivos propuestos. Ellas constituyen el elemento cuantificador y calificador

de los fines (nos permiten especificar cuándo y cuánto pretendemos lograr); son parte esencial del plan operativo de la producción que veremos más adelante. Las metas son a la planificación, lo que los objetivos son a los proyectos" (Shraier 2006;44). Quien gestiona planifica y administra, lo cual no solo vela por la consecución de recursos sino también por la administración de estos. Es la cabeza principal del proyecto quien deberá saber dirigir y optimizar el dinero para lograr cumplir a cabalidad las metas planteadas desde la creación de este.

"Este anteproyecto nos posibilitará hacer una primera evaluación de viabilidad artística, técnica y económica de todo el proceso, que nos permitirá a su vez definir si avanzamos con el proyecto o si por el contrario, tenemos que bajar y volver al punto de partida" (Schraier, 2006, pág. 60). Lo anterior que plantea el autor tiene como fin evitar posibles fracasos en el proyecto debido a que muchas veces los elencos tienden a atribuir el fracaso al productor.

Patricio Cerda Gutiérrez, abordando el tema de la gestión y su importancia en distintos proyectos, redacta un documento titulado "Orientaciones a Gestión de Proyectos Culturales" (2001) en él, pretende ayudar al lector a aterrizar sus ideas y convertirlas en proyectos concretos y viables y plantea las etapas de un proyecto que se dividen en:

- Diagnóstico: consiste en analizar la situación actual y las variables que puede tener el proyecto dentro del contexto en el cual se desarrollará.
- Objetivos y contenidos: se centra en el sentido de la acción sumándole los contenidos que plasmamos para alcanzar nuestra meta.
- Planificación: se define como el conjunto de procedimientos para lograr el objetivo final, estos deben ser flexibles, propositivos, creativos y dinámicos.

- Implementación y producción: aquí se observan las variables de planificación y se definen los roles para la ejecución del proyecto.
- Evaluación: en este punto se busca considerar todo aquello que estaba proyectado a corto, mediano y largo plazo, preguntándose si se cumplió o no a cabalidad con lo establecido y realizando conclusiones que se ejecutarán en el próximo proyecto.

Luego de esto se abre paso a la formulación y diseño en la cual se encuentran una serie de preguntas que permiten definir el objetivo general y los objetivos específicos, focalizar acciones, planificar actividades, estimar tiempo, seleccionar responsables y cuantificar recursos.

- Objetivo general: responde al qué se quiere hacer, es decir, a la esencia del proyecto.
- Objetivos específicos: responde al ¿cómo? del proyecto, son las pautas de desarrollo para guiar el desarrollo ordenado de acciones a realizar.
- Fundamentación: responde al ¿por qué? de querer realizar un proyecto, tiene que ver con la situación actual (diagnóstico), la manifestación de carencia o necesidad detectada (causas y efectos).
- Focalización: ¿a quiénes? en este punto se realiza la definición de público objetivo (los beneficiarios) y se diferencian los beneficiarios directos, a los cuales se dirige específicamente el proyecto y los beneficiarios indirectos, a los cuales nos dirigimos en segunda instancia.
- Localización: ¿dónde? corresponde al lugar de realización del proyecto.

- Estrategia y acciones: ¿cuáles? es la orientación que tendrán las actividades a realizar para cumplir con los objetivos (se ubican en orden prioritario).
- Formulación y diseño: ¿cuándo? es el orden de actividades en el tiempo evaluando su cumplimiento y posibles ajustes ¿quiénes? es la distribución de los roles y así mismo de las actividades por cada rol.
- Presupuesto: ¿cuánto? es la organización de los recursos estimados necesarios para realizar el proyecto, va junto con el manejo y la utilización de los mismos en el tiempo. Forma parte de la planificación en la realización.

➢ Presentación del proyecto

Para la presentación de un proyecto se requieren algunos documentos clave como: una carpeta de presentación, en la que se debe prestar mucha atención a la imagen que se quiere proyectar para el evento, una carta de presentación, el plan de difusión, un currículum de cada integrante, el presupuesto completamente detallado y el dossier del proyecto cultural.

➢ Financiamiento

En este punto debemos tener en cuenta que el financiamiento no solo es monetario, sino que también se puede conseguir a través de otro tipo de recursos, ya sean materiales, humanos u otros. Según Cerda Gutiérrez (2001) no solamente existe la empresa privada sino también los recursos públicos así, se encuentran las siguientes opciones para la ejecución de esta etapa:

- El patrocinio: es un apoyo que no implica dinero y en su lugar permite la consecución de otro tipo de apoyo (financiero, material, humano o permisos para operar). Para solicitar un patrocinio se debe realizar una carta de solicitud que

contenga los antecedentes de la institución o agrupación y del proyecto. En esta se debe ser claro sobre la importancia que se le dará al patrocinio y al patrocinador durante el evento.

- El auspicio: se entiende como el aporte de recursos de una institución o empresa en dinero, bienes o servicios. En este es posible realizar un canje de publicidad dentro de la actividad. A parte, la empresa podría tener derechos sobre la usanza del nombre de la actividad al igual que participación en la misma ya sea con publicidad, instalación de stand o algún medio al que se llegue de común acuerdo. Es importante, según el autor, definir el derecho de los auspiciadores y su participación dentro de la actividad.

***Producción***

Antes de profundizar sobre esta categoría, vale la pena desarrollar esquemáticamente el modelo de producción planteado por el autor Patricio Cerda (2001).

- Etapas de la producción:
  - Pre-producción: esta etapa consiste en la preparación de la actividad o del proyecto, según las estrategias y la planificación realizada.

**Pre-producción**

En esta etapa se realiza el trabajo de preparación de la actividad, según la estrategia y planificación que construimos previamente. De acuerdo al tipo de proyecto que queramos llevar a cabo, la Pre-producción puede contemplar lo siguiente:

| | |
|---|---|
| • Instituciones comprometidas: entrevistas, contactos y acuerdos.<br>• Catastro de artistas, artesanos, organizaciones comunitarias, etc.<br>• Selección de artistas.<br>• Realización de reuniones con artistas y organizaciones para planificar y llegar a acuerdos.<br>• Fichas técnicas de las presentaciones. | Difusión - Publicidad<br>• Plan de difusión<br>• Contacto directo<br>• Vía pública<br>• Medios de comunicación |
| • Plan de trabajo<br>• Constituir comisiones de trabajo<br>• Definición de roles dentro de la organización<br>• Presupuesto | Montaje<br>• Necesidades (técnicas, materiales y humanas)<br>• Escenario<br>• Amplificación<br>• Iluminación<br>• Energía |
| | • Visitas a terreno<br>• Visitas técnicas<br>• Permisos Municipales |

*Figura 1 CERDA G. (2001). Orientación a proyectos culturales. Pág. 20*

- Producción: esta es la etapa de la realización del proyecto, cada quien debe tener un rol establecido y cumplir con las funciones de este.
- Postproducción: aquí se da por finalizada la actividad realizada para proceder a evaluar el trabajo en conjunto y el resultado final. También, se analiza el cumplimiento de los objetivos y se brindan observaciones para futuras versiones de la actividad. Del mismo modo, se realizan las cartas de agradecimiento y los informes de evaluación de la actividad que se entregarán a los financiadores.

➢ El equipo y sus funciones

A continuación, se presentan una lista de posibles roles y funciones para aplicar a un proyecto.

el conjunto de las actividades y, por ende, del objetivo.

En este aspecto podemos diferenciar, desde el punto de vista organizacional, algunas funciones a modo de propuesta:

- **Coordinador General:** es el responsable integral del proyecto y producción de la actividad.
- **Productor:** su función es conducir, administrar y supervisar el contenido de la producción, como asimismo se encargará del trabajo en terreno y de coordinar las diferentes acciones de la actividad, ya sea en su preparación, realización y finalización del evento.
- **Encargado de Finanzas:** es aquel que maneja los dineros mediante el presupuesto y el flujo de caja, según los recursos necesarios para la implementación del proyecto, dando a su vez los informes de gestión presupuestaria correspondientes.
- **Asistente de Producción:** depende del productor, teniendo a su cargo múltiples y diferentes funciones, ya sean planificadas o requeridas en el momento.
- **Relacionador Público:** se encargará de las relaciones con las instituciones externas a la producción, conseguirá patrocinios, auspicios o colaboraciones y verá el tema del protocolo.
- **Coordinador de Difusión y/o Prensa:** es el encargado de formular, diseñar y desarrollar el Plan de Difusión y/o Campaña de Prensa del proyecto, organizando los recursos necesarios para su posterior implementación y ejecución.
- **Equipos - Comisiones:** es muy importante formar equipos por áreas y temas específicos de producción que requieren de un trabajo más detallado (seguridad, montaje, transporte, alojamiento, entre otros). Cada Equipo deberá tener un Coordinador Responsable.

La idea es poder mantener en el tiempo las funciones asignadas y no cambiarlas o traspasarlas a otro, a no ser que se tenga expresa claridad del nuevo escenario en el cual se cumplirán los papeles reasignados.

21 de 52

*Figura 2 (CERDA G. (2001). Orientación a proyectos culturales. Pág. 21*

- El montaje

Esta etapa, según Cerda Gutiérrez (2001), se recomienda que sea realizada con anticipación tomando en cuenta la hora del evento, el lugar, posibles imprevista y el tiempo de montaje de ciertos implementos que requieren mayor dedicación. También, se sugiere hacer una visita técnica en la cual se puedan evaluar las variables del montaje, por ejemplo, en el caso del espacio hay que tener en cuenta las dimensiones del lugar y la cercanía con puestos de salud, bomberos, etc.

Por otra parte, es importante tener en cuenta los tipos de permisos requeridos, así como la cantidad de artistas y asistentes que podrán tener cabida en el lugar del evento. Otras cuestiones esenciales son la energía, en donde hay que mirar el amperaje del lugar para no cometer fallas eléctricas y, a partir de ello, poder coordinar la iluminación, la amplificación y el sonido. Finalmente, se debe realizar un análisis detallado de las entradas y del modo de circulación de los asistentes para que se coordinen elementos como la ubicación de puestos de seguridad.

- La difusión

Es el modo en el cual se da a conocer el proyecto, la forma de hacerlo varía según el tipo de evento al igual que según las estrategias; esto es de suma importancia para asegurar la afluencia de público. Para este punto hay que tener en cuenta: plan de difusión, impresos, medios (comunicado de prensa, conferencia de prensa y/o visita a medios).

Ahora bien, la producción puede tener diversas definiciones según el campo en donde se la contemple, por esta razón, es necesario entenderla dentro del mundo de las artes escénicas y visuales donde se abre un abanico de diversos tipos de espectáculos. Según

Marisa de León, la producción se refiere al "proceso generado por la actividad conjunta de los equipos de trabajo a través de procedimientos planificados para lograr un producto cultural que logre expresar ideas, valores, actitudes y creatividad artística, y ofrezca entretenimiento, información o análisis; aspectos en los que la producción es la vía para que este producto alcance su máximo potencial y se revierta a la sociedad" (De León, 2004;21).

Aquel que cumpla con las labores de productor general no es una persona individual, sino generalmente se constituye en instituciones o empresas culturales. Como productor, se adquiere la responsabilidad del financiamiento del espectáculo, de seleccionar al director y de gestionar los espacios, así mismo, debe estar presente en toda la toma de decisiones que sean fundamentales para el proyecto. Por esta razón, el productor es una "pieza clave que organizará los recursos humanos, económicos, técnicos, infraestructurales y espaciales a fin de lograr una producción coherente, eficiente, oportuna y exitosa" (De Leon , 2004, pág. 20).

Ahora bien, idealmente, la producción de espectáculos, según Marisa de León, se compone por distintas figuras. Entre estas se destacan:

1. ***Coordinador de producción*** quien planea y diseña el proceso de producción en tiempo, espacio y acciones. Se encarga en la práctica de la organización humana, técnica y administrativa a partir de la sistematización de las distintas etapas del proceso en relación al trabajo de los departamentos que conforman el proyecto.

2. ***Gerente de producción*** administra el dinero, realiza el proceso de contratación del equipo artístico, creativo y técnico. Se ocupa también de la promoción publicitaria de la obra trabajando de la mano con el responsable de difusión y relaciones públicas.

3. ***Productor ejecutivo*** literalmente, según la autora, ejecuta la producción respetando los criterios artísticos y estéticos determinados por el director y el equipo creativo. "Coordina

las actividades de los equipos de trabajo (creativo, artístico y técnico); ayuda a resolver las necesidades administrativas, técnicas, logísticas y operativas" (De Leon , Espectáculos Escénicos. Producción y Disfusión., 2004, pág. 23).

Si bien los tres cargos anteriormente descritos conforman lo que representa una producción ideal en lo que se refiere a espectáculos, es necesario destacar el hecho de que usualmente estas figuras no son del todo claras, lo que conlleva a que la mayor parte de las tareas allí descritas terminen por adjudicarse a un único cargo de productor o productor ejecutivo.

Siendo así, será necesario centrarse en la descripción del rol e importancia del productor ejecutivo en la planeación y elaboración de proyectos culturales, esto, en tanto "la gestión de proyectos y la presentación de espectáculos, requieren cada vez más del trabajo de especialistas en el campo de la gestión, la producción y la difusión para diseñar, elaborar y dar coherencia al proceso que conlleva presentar una obra de teatro, una pieza de danza, un evento musical o algún espectáculo interdisciplinario" (De Leon , Espectáculos Escénicos. Producción y Disfusión. , 2004, pág. 19)

Por tanto, es relevante la figura del productor ejecutivo dado que tiene a su cargo diversas tareas que determinarán el rumbo de la producción. Entre estas se destaca la función de establecer vínculos con y entre participantes en el proyecto, lo que asegurará la correcta ejecución de los planes de producción, al igual que se ocupará de disminuir contratiempos y malentendidos entre el equipo.

De León señala la producción ejecutiva como "la materialización, en tiempo y en espacio, de las ideas, sueños, imaginarios, motivaciones y móviles –propios o de otros (autor, director, empresario)- a través de sistemas organizativos adecuados (cuadros, organigramas,

tablas, formatos, diagramas, modelos, guías, directorios, etcétera), diseñados para cada proyecto específico" (De Leon , Espectáculos Escénicos. Producción y Disfusión., 2004, pág. 23)

El productor ejecutivo se involucra como primer actor en un producto escénico, pues es el encargado de revisar las probabilidades de llevar a cabo el proyecto; teniendo en cuenta factores como presupuesto, viabilidad y disposición de personal y espacios sus según requerimientos.

Para Alejandra Tello (2012), estos factores se desarrollan y estudian dentro del primer proceso llamado preproducción, al cual responden las siguientes tareas:

1. Estudiar y buscar fuentes de financiación.
2. Cotización de los equipos y personal requeridos.
3. Definir el equipo de trabajo y entablar con ellos las condiciones legales.
4. Realización de reuniones entre el equipo y delegación de las labores y fechas estipuladas para cada departamento.
5. Gestión de espacios para los ensayos y presentación final.
6. Distribución del presupuesto.
7. Realización del diseño de producción, con respecto a las fechas anteriormente estipuladas.
8. Supervisar el funcionamiento de las tareas correspondientes a cada departamento.
9. Dar seguimiento a los acuerdos.

La definición de equipos de trabajo y sus respectivos roles en el proyecto a ejecutar son esenciales para el correcto desarrollo del espectáculo. Estos suelen ser, según Marisa de León, el equipo creativo, el equipo artístico (actores, actrices, cantantes, músicos), el equipo

de realización y construcción, el equipo técnico, el equipo de apoyo y, el equipo eventual. Todos los integrantes de los equipos deben tener la mayor cantidad de conocimiento sobre el proyecto para poder aportar eficazmente al mismo, de este modo, el productor ejecutivo, junto con su equipo de asistentes, debe dar a conocer de la mejor manera el rumbo del espectáculo y las decisiones de última hora que se tomen para no generar confusión ni obstáculos para la realización.

Una vez el proyecto ya se encuentra en fases de ensayos y preparación, el productor es determinante para asegurar que las fechas establecidas de entrega y presentación de los avances se lleven a cabo, por ello, debe estar al tanto del trabajo que se encuentra realizando cada persona dentro del proyecto.

Así mismo, debe encargarse de realizar las siguientes funciones:

1. Realización de inventarios.
2. Implementar estrategias de difusión y promoción.
3. Control de gastos e ingresos.

En el momento en que el espectáculo es estrenado, el productor está encargado de atender los posibles contratiempos que se presenten y de encontrar pronta solución a ellos. Su tarea durante este periodo está determinada por garantizar que se cumplan las expectativas económicas y sociales que se plantearon una vez se realizó el estudio del proyecto u obra.

Finalmente se comprende como fase final la etapa de posproducción, momento en el cual se recogen las impresiones y el impacto que logró el proyecto para poder realizar un análisis que viabilice la reproducción de este en otros espacios. También, se consideran los siguientes cierres para finalizar el diseño de producción:

1. Cierre de cuentas, presupuestos y pagos.

2. Presentación del balance financiero.
3. Organización y entrega de los equipos y escenografía.
4. Organización de archivo.
5. Redacción y presentación del informe general.
6. Cierre de inventarios.
7. Organización de dossier y carpeta de prensa.

De esta manera se evidencia un "proceso generado por la actividad conjunta de los equipos de trabajo a través de procedimientos planificados para lograr un producto cultural que logre expresar ideas, valores, actitudes y creatividad artística, y ofrezca entretenimiento, información o análisis. La producción es la vía para que este producto alcance su máximo potencial y se revierta a la sociedad". (De Leon , Espectáculos Escénicos. Producción y Disfusión., 2004, pág. 21). Finalmente, la labor del productor ejecutivo no termina con la ejecución y el montaje del espectáculo, esta continúa con el análisis y la evaluación de lo que sucedió durante el evento para a través de ello poder corregir, según la medición de resultados, y dar una mejor versión del espectáculo en desarrollos futuros.

Autores como Ada Acuña Castro (2009) y Patricio Cerda Gutiérrez (2001) han desarrollado trabajos alrededor de la producción de eventos en los cuales han concluido las etapas en pro de que estos se realicen en completo orden y sin problema alguno. Así, las etapas que exponen son las siguientes:

1. La propuesta metodológica/ Organizar la actividad cultural

2. Pre- diseño

3. Diseño final

4. Producción

5. Ejecución de la actividad

6. Evaluación

Perfil de un productor cultural:

- Tendencia al orden y al trabajo en equipo.
- Proceso en síntesis.
- Actitud proactiva y efectividad en los resultados que se solicitan.
- Aptitudes para el liderazgo.
- Visión clara para la búsqueda de soluciones.

En conclusión "se necesitan personas claras y efectivas, dispuestas a adquirir el hábito de la planificación" (Acuña Castro , 2008, pág. 6)

El perfil de un productor cultural se centra en alguien que tenga una tendencia al orden y al trabajo en equipo, debe tener una actitud proactiva y efectiva en los resultados que se soliciten, tener las aptitudes de un buen liderazgo y, sobre todo, una visión clara en la búsqueda de soluciones.

Con base en esto se desarrollan las etapas en donde la propuesta metodológica implica la realización de una secuencia de planificación de las actividades, esto, a través de la creación de un cronograma con trabajos específicos en el que se aclaren los responsables de cada una de las acciones a llevar a cabo. También se debe especificar la misión y visión que conforman la razón de querer realizar el trabajo y los componentes de este. En necesario hacer un estudio previo de las cosas que se requieren con información indispensable como la descrita a continuación:

- Naturaleza de la actividad.
- Tipo de actividad.
- Grado de complejidad.
- Aliados potenciales y responsables de la actividad.
- Impacto.
- Lugares.
- Posibles fechas.
- Proyección de alcances.
- Mecanismo de ejecución.

En la etapa del prediseño se debe tener en cuenta las características del evento a realizar:

- Diseño: ¿cuál va a ser el elemento principal, las subactividades, las acciones que cada actividad lleva y las micro actividades?
- Riesgo: se deben identificar con tiempo los posibles obstáculos analizando cada objetivo propuesto y sus factores de fracaso en una escala de posibilidad.
- Tener un plan B y C.

En la etapa del diseño final se tiene en cuenta qué propuesta convierte nuestro evento en realidad. Esto se hace por medio de revisión de información acumulada, es necesario tener en cuenta que se pueden dar cambios a última hora (redefinir espacios, bajar costos, etc). Se debe haber definido un público-usuario, para lo cual se debe contar con los triángulos del éxito.

Se recomienda como estrategia dividir las tareas y definirlas bien de manera que se puedan asignar responsables.

En la etapa de la producción

- Producción en proceso; la compra de los materiales que se necesitan.
- Comunicación aprobada: la manera en que se difundirá la información del evento.
- Financiamiento: los recursos de donde se sacará el dinero.
- Cronograma y tabla de precios.
- Producto: conjunto de los beneficios.
- Promoción: informar, persuadir, educar.
- Realizar una prueba piloto, en la que haya vigilantes de cada detalle. Se sugiere realizarla una semana antes de la fecha de apertura o en su defecto tres días antes.

Etapa de ejecución de la actividad

- Estrategia de tiempo: cumplir con el horario.
- Chequeo de detalles dos horas antes.
- No se deben realizar ni son aceptables los cambios a última hora.
- Llevar una bitácora de actividades.

Etapa de la evaluación

- Enseñanzas

  - ¿Qué quedó mal? ¿qué quedó bien? y ¿qué se puede mejorar?

Partiendo de todo lo anterior, y como conclusión de este capítulo, es posible observar cómo los conceptos aquí recogidos pueden dar inicio al desarrollo teórico de este proyecto brindando no solo definiciones que permiten conocer desde qué punto se comprende un factor como la transversalidad o la gestión, sino la práctica que debe llevarse a cabo para la correcta

ejecución de cada uno de ellos. Siendo así, se extraen puntos clave que merecen de un análisis en mayor detalle para fortalecer las bases de creación y ejecución de este proyecto de investigación.

Es entonces, que se abre paso al siguiente capítulo en donde a través de una revisión de literatura se fortalecen cada uno de estos conceptos trabajados en relación específica con la creación artística, la difusión y la circulación, todo esto, por medio de la búsqueda de herramientas y metodologías que permitan reconocer en qué puede aportar este proyecto a la investigación y creación en materia de arte y diseño, siguiendo pasos ya dados y proponiendo algunos nuevos a partir de la experiencia que brinde esta investigación en específico.

# 3. REVISIÓN DE LITERATURA

La búsqueda bibliográfica llevada a cabo en este capítulo se basa en la revisión de tesis de posgrado y artículos investigativos que se hayan ocupado de temas como la creación, circulación y difusión de las artes por medio de eventos, ferias, espectáculos, entre otros. Los trabajos recogidos se enmarcan dentro del periodo de 2010 a 2016, lo que permite analizar, desde un inicio, la baja producción e investigación que existe alrededor de estos temas.

El primer documento se titula "Sobre ocio creativo: situación actual de las ferias de las artes escénicas". Este documento fue realizado en el año 2010 en el instituto de Ocio de la universidad de Deusto - Bilbao, España. Sus autores son Manuel Cuenca, Idurre Lazcano y Xabier Landabidea, y abordan como tema principal la "interrelación entre el ocio creativo y las artes escénicas como mediadores de público" (Cuenca, Lazcano , & Landabidea, 2010, pág. 13). En otras palabras, pretenden demostrar cómo en el paso de los tiempos y la evolución de la tecnología, el ocio creativo se ha convertido en un gran aliado de las artes escénicas, en especial, de las ferias escénicas, puesto que estas se han convertido en un mercado que con su mercancía y adaptación se ha encargado de incrementar y transformar la creación artística de los productos culturales.

El ocio creativo son todas aquellas actividades que se realizan en el tiempo libre que desarrollan la creatividad y fomentan la interacción social. Las ferias, por su parte, son eventos sociales, económicos y culturales, que pueden ser establecidos como algo temporal, ambulante, periódico o anual. Estas suelen ser de libre acceso, cualquier persona interesada puede asistir. Cabe aclarar que en el contexto español (en el cual fue realizado este trabajo) las ferias son consideradas igual que los festivales.

La investigación fue realizada para demostrar que desde tiempos inmemorables la interrelación del ocio y las ferias escénicas ha existido puesto que el primero siempre ha necesitado de las artes escénicas. “El ocio que defendieron los grandes filósofos clásicos, es un ocio unido al esfuerzo y al ejercicio de la libertad. Esfuerzo y libertad están presentes tanto en el ejercicio físico como en el intelectual, son valores compartidos que permiten el encuentro entre los competidores, pero también el intercambio intelectual entre los amantes del conocimiento y la cultura.” (Cuenca, Lazcano , & Landabidea, Sobre el ocio creativo: Situación actual de las ferias de srtes escénicas., 2010, pág. 16). Sin embargo, hoy en día es problemático intentar atraer al público a las artes escénicas en vivo por el factor de la tecnología, esto, debido a que es más fácil acceder al entretenimiento y estar informado por medio de la televisión o del internet. Aun así, se demuestra con este trabajo que la interrelación entre las ferias y el ocio creativo sigue existiendo y que estas, poco a poco, se han ido convirtiendo en un “mercado” de alto consumo cultural.

Las ferias se enfrentan a algunos problemas para poder sobrevivir, uno de estos es la negación que proviene de la ciudadanía para promover las experiencias que no están relacionadas con el ocio que sea diferente a lo que el mercado ofrece, es decir, la televisión, internet, cine, entre otras. Otro problema es el hecho de que hoy en día estos espacios no son la única forma en que el consumidor escénico puede llegar al producto pues, gracias a la tecnología, le es posible acceder a grabaciones de muestras de teatro y espectáculos.

A pesar de esto, los autores analizan que las ferias siguen existiendo por dos factores; el primero es debido a su naturaleza en tanto suplen la evidente falta de accesibilidad garantizada  para todo ciudadano a las artes escénicas de gran calidad; el segundo, es que a lo largo del tiempo con la demanda por parte del público de espectáculos

de alta calidad y la competencia con las tecnologías, las ferias han tenido que evolucionar para poder ser un espacio que permita profesionalizar a técnicos y a compañías de productoras de artes escénicas en pro de ofrecer mejores contenidos. Es por eso que el público responde de modo positivo y, poco a poco, con el paso del tiempo, se va fidelizando al punto de asegura la permanente existencia de las ferias.

Los alcances de esta investigación fueron demostrar que las ferias siguen existiendo hoy en día, a pesar de su evidente competencia con la tecnología, porque poco a poco han ido adoptando las tecnologías para su beneficio y desarrollo. Además, se han convertido en un espacio de descubrimiento y aprendizaje ciudadano de las artes escénicas.

Es entonces importante tener en cuenta esta investigación para EL ESCAPARATE en tanto este pretende cumplir con la función de feria dado que se van a exponer distintos trabajos de los estudiantes de los diversos programas de la fundación tecnológica LCI Bogotá. De igual forma, ya que no todos los trabajos que se expondrán estarán en físico, el uso de la tecnología será necesario para presentar elementos digitales como cortometrajes o renders de trabajos de arquitectura y diseño interior. Por otro lado, habrá sonido e iluminación para las exposiciones y para la presentación final, por lo tanto, es importante tener en cuenta la “absorción de las tecnologías” para asegurar el éxito de EL ESCAPARATE.

Ahora bien, una vez se tiene en cuenta el uso de la tecnología en un evento como el que se pretende desarrollar en este trabajo, vale la pena retomar trabajos como el de María Asunción Galmés Cerezo en el que se guía la mirada del creador hacia la creación de experiencia como elemento y herramienta de marketing. Lo anterior lo expone de manera puntual en su tesis doctoral titulada “La organización de eventos como herramienta de

comunicación de marketing. Modelo integrado y experiencial."  (2010). En ella, la autora presenta el modo en que los medios de comunicación se encuentran actualmente saturados de publicidades que ya no generan la misma reacción de necesidad frente a un público objetivo. Por esta razón, los medios y la publicidad se han visto en la necesidad de generar nuevas experiencias para sus públicos a través de eventos en los cuales se cree la necesidad de consumo del producto o servicio que se ofrece.

Usualmente, las personas recuerdan más fácilmente experiencias vividas con emociones intensas y es de eso de lo que trata la generación de experiencias de marca, de crear relaciones entre marca y público objetivo de modo que este último quiera entablar una conversación con ellas y hacerlas partícipes de sus vidas estableciendo vínculos de igual a igual. Para lograrlo se necesita conocer al consumidor y preguntarse ¿qué necesita? y ¿cuándo lo necesita? luego, cuando se tengan las respuestas, se debe buscar el sello identitario de la marca, por ejemplo, tiendas de ropa como ZARA o Stradivarius usan la memoria olfativa del cliente para generar recordación de marca. Así, la experiencia de marca se trata de que el consumidor tenga una sensación placentera al quedar expuesto a la marca y que este único hecho haga que el consumidor la escoja como una marca de preferencia.

También aparece la importancia de la constancia de la marca, ya que un solo hecho, evento, happening, etc. no establece a una marca, sino que es la constancia que esta impone en venderse la que le da el éxito. Por último, una experiencia de marca debe hacer que el cliente se sienta único y exclusivo para conseguir mayor recordación, así, se logrará que la marca se venda de manera exitosa.

Pasando a la organización de eventos como experiencia de marca, la investigadora señala que dentro de su diseño y evaluación se desarrolla un avance en la organización de eventos que buscan generar esta experiencia y permiten observar una gran mejoría año tras año. Por otra parte, analiza el caso de que otras compañías que han aplicado estos modelos dentro de sus estrategias de marketing y presenta cómo han dado resultados muy positivos ya que el público termina convirtiéndose en el encargado de generar la necesidad del producto o servicio que se ofrece. Gracias a estos resultados se asignan departamentos exclusivos para comunicaciones y para la realización de eventos que, con el uso de herramientas digitales, logran brindar experiencias más realistas que llevan a una mayor necesidad de consumo.

Con relación a EL ESCAPARATE este, además de suplir la necesidad de integración entre las carreras, también pretende resaltar y dar visualización de los estudiantes y egresados entre el público objetivo (empresas y personas afines a los programas de LCI). Así mismo, se espera que funcione como una carta de presentación para futuros estudiantes sobre la experiencia que pueden obtener en la institución.

Adicionalmente, si se logra institucionalizar este evento dentro del centro educativo se podrán establecer conexiones que ayudarán al crecimiento de la institución y, por ende, su afluencia de estudiantes. Por otro lado, este evento también debe funcionar como estrategia de marketing lo que, por su parte, implicaría en versiones futuras, establecer un departamento que se dedique de manera exclusiva a este tipo de espacios que generan otro tipo de experiencia en relación con LCI Bogotá.

En los eventos que decidan llevarse a cabo, Galmés explica que deben describirse los siguientes módulos: “sensaciones, sentimientos, actuaciones, relaciones y pensamiento” (Galmés,2010) para lograr que la experiencia de marca sea más real. Dentro de este evento

se debe buscar un diseño y una evaluación de los resultados para avanzar en las futuras versiones. Hoy en día se vive en la era digital, por lo mismo, es común encontrar experiencias de recorridos virtuales por las empresas que quieren promocionar un producto o servicio. Por esto, es importante aprovechar los medios digitales para brindarle al público una experiencia más real por medio de herramientas como mapping o proyecciones. Por último, lo mejor es construir y aplicar un modelo que integre un paso a paso de cómo se realizó, en este caso EL ESCAPARATE, para con ello promover en las futuras versiones una ejecución más fácil que pueda cumplir con todos los objetivos planteados.

En cuanto a los modelos que deben construirse, existen trabajos como el artículo titulado “Experiencias de producción de eventos culturales” escrito por Adriana Olarte Vivas, Luz Aydé Moncayo Giraldo y Carlos Estacio (2015) el cual parte de un ejercicio de reflexión final sobre un diplomado de producción realizado en la Universidad Javeriana, cuyos participantes fueron productores, directores y artistas, y del que se resaltó la necesidad de abordar los proyectos y muestras artísticas de la ciudad de Cali a partir de la búsqueda de un modelo de producción que permita generar mayor reconocimiento y profesionalización en el nido cultural nacional e internacional.

Aunque la tradición de esta ciudad ha permitido que los diferentes eventos artísticos se promuevan y sean reconocidos dentro de su misma comunidad, el quehacer como gestores y productores visualizó la necesidad de llegar al origen de un producto artístico. Se partió entonces de la pregunta “¿cómo llevar a cabo una idea?” y sobre ella los participantes sintetizaron como conclusión el hecho de reconocer los recursos económicos que se tienen para optimizarlos y asegurar que el proyecto sea viable. De igual manera, se hace imprescindible establecer el personal y las condiciones requeridas para el evento que se quiere realizar.

Este estudio se generó a partir de los ya establecidos eventos y muestras que se realizan en Cali como parte de la oferta cultural. En él se reflexionó sobre el proceso que llevan a cabo de manera interna las diferentes agrupaciones para dar a conocer sus productos artísticos y, de allí, se reconoció la falta de conocimiento para generar proyectos que se quieran postular como espectáculos. Así, la ausencia de planeación, carencia de recursos y optimización de los mismos se convierten en componentes que hacen parte de las lagunas que se tienen en la labor artística del país debido a la falta de formación de productores y realizadores.

Por lo tanto, este trabajo permite evidenciar la relevancia que tiene la preproducción al ser entendida como proceso de organización de presupuestos y cronogramas, al igual que la estrategia de difusión creada previamente a la realización del evento como parte primordial y esencial de un proceso que se comprende en tres fases: organización, realización y recolección de datos.

Bajo este modelo se puede asegurar el hecho de realizar varias y mejoradas versiones de los productos culturales. De esta reflexión, se resalta el hecho de idear y crear un evento cultural teniendo en cuenta la previa organización del equipo de trabajo, la estrategia de difusión, la concertación de espacios, la disposición y el manejo de presupuestos, todo, en pro de que un producto artístico pueda ser viable y relevante para la comunidad.

Bajo estas conclusiones, y en relación con los conceptos de producción y gestión anteriormente expuestos, se puede recalcar la necesidad de crear un modelo de producción en el cual se contemplen las fechas, herramientas y presupuestos requeridos para la ejecución de EL ESCAPARATE, buscando como resultado la optimización adecuada de

recursos económicos y humanos, con la finalidad de tener previstos todos los elementos que componen el diseño y la realización del evento.

También, para asegurar la afluencia de las personas y empresas en las cuales se quiere generar impacto, se requiere de la creación de un método de difusión que contemple cuál es el público al que se quiere llegar y qué se busca con la realización del evento, teniendo en cuenta que uno de los objetivos es la institucionalización del este en pro de la comunidad educativa.

Sobre este mismo análisis se recoge el trabajo titulado “CEM Manual para la creación de eventos musicales” publicado en el 2013 desarrollado por Johana Pinzón junto con Chucky García, Mariangela Rubinni, Yalesa Echevarría, Félix Báez y Mónica Roa. En este manual se busca brindar una guía de creación de eventos partiendo de la baja cantidad de guías publicadas que aborden este contenido.

En él se analiza la manera en que el fuerte incremento de consumo musical ha generado la necesidad de brindar una experiencia plena para el público. Gracias a ello, se hacen visibles las diferentes propuestas que dicho medio ofrece a través de la ejecución de eventos en los cuales se evidencia el rol primordial de la producción y la gestión.

Lo novedoso de este documento radica en el hecho de que para su elaboración se reunieron profesionales con diferentes trayectorias en el campo cultural y artístico, permitiendo con ello no solo partir del conocimiento teórico, sino también de la experiencia diversa que podían aportar cada uno de los autores.

Pensar en los aspectos generales del proyecto desde sus inicios permite asegurar un buen futuro para este. Detallar el paso a paso y analizar los objetivos para tenerlos claros en cada etapa del proceso no solo facilitará dejar establecida la esencia de este, sino que también facilitará la circulación y la preservación del evento asegurando que se realicen

varias ediciones. Así mismo, aquí se aborda un tema crucial para la realización del presente proyecto y es la formación de públicos que condensa la preocupación por cómo capturar a los asistentes, que, en este caso, son personas afines al medio laboral de los programas que serán expuestos durante el evento. Al respecto se habla sobre una estrategia que debe construirse a partir del planteamiento de una idea, dejando claro en el paso a paso el camino que debe seguirse para conseguir las metas planteadas en un inicio que, no solo dependen del trabajo del equipo de creación y producción, sino también de la manera en que el público asistente reciba y propague la información que recoja en el evento.

Por esto, se pretende generar con el evento aquí planteado una idea innovadora que, mediante su desarrollo, establezca un manual de procedimientos para la gestión y producción del mismo, posibilitando versiones futuras y el reconocimiento de la comunidad académica sobre cómo puede llevarse a una práctica más real y tangible el trabajo de estudiantes del programa Producción Escénica y Visual. Dicho lo anterior, EL ESCAPARATE aspira a ser un evento que se realice de forma periódica, de manera que "el voz a voz" de sus asistentes y los resultados obtenidos durante este permitirán que las nuevas ediciones ganen fuerza a lo largo del tiempo.

Otro punto que vale la pena analizar aquí, con relación al concepto de la gestión, es el trabajo de la autogestión en este tipo de eventos o espacios culturales. En el trabajo "Exploración y análisis de la circulación del arte contemporáneo en espacios artísticos autogestionados de la ciudad de La Plata (2010-2016)" escrito por María Cristina Fukelman, Graciela Di María, Elizabeth Sánchez Pórfido, Silvia González y otros, se buscaron puntos de interacción en los que confluyen las diversas disciplinas artísticas para analizar los espacios emergentes, tanto en ámbitos físicos como virtuales, para conocer todo aquello que conforma el campo artístico, en este caso en la ciudad de la Plata, Argentina.

En este trabajo se hace reconocimiento de la autogestión como fuente principal de la circulación del arte independiente debido a que los espacios suministrados por las políticas culturales son escasos. Lo anterior permite observar cómo hoy en día el artista no solo se preocupa por la producción de su obra sino también de la teoría, la crítica, la curaduría y la gestión cultural.

Cada spot de circulación artística se preocupa por cumplir con una multiplicidad de perfiles, comercializando objetos de diseño, talleres de arte, librería, feria y escenario musical y teatral entre otros, siendo esta la muestra del autofinanciamiento que deben llevar a cabo los distintos grupos creadores. Con esto buscan ser atractivos para todo tipo de público, en especial el joven que son quienes, según el estudio, se comprenden como el principal consumidor.

Por otro lado, las nuevas estrategias de formación artística en lugar de articularse únicamente en el sistema tradicional de las academias se complementan de las experiencias representadas por las iniciativas de los workshops. En ellos se comparten conocimientos sobre el trabajo artístico, los conceptos de escena local y de gestión independiente para organizar las acciones de artistas y de gestores. Esto permite la generación de vínculos y convenios para masificar en escena, al igual que exigen mayores competencias para quienes participan del sistema en pro de una relación eficaz entre el arte contemporáneo, la cultura y la sociedad.

Con esta investigación se puede concluir que los medios tecnológicos han facilitado la creación y generación de nuevos espacios de circulación artística a través de la utilización de medios tales como los blogs y las redes sociales que hoy en día, sin ningún costo, permiten la creación de espacios virtuales donde las personas pueden conocer, no solo los trabajos expuestos, sino las actividades planteadas por cada agrupación. Con ello,

se facilita la socialización de una actividad al igual que la consecución de recursos por medio de nuevas plataformas que aseguran producciones autosustentables.

De igual forma se concibe a la circulación del arte como todo un proceso que va desde la idea, el diseño, la producción y la circulación; temas pertinentes en este proyecto que busca ser un evento diseñado para perdurar y que, como su nombre lo indica, sirva de vitrina para aquellos talentos que mediante un proceso educativo en la institución puedan demostrar que se encuentran listos para entrar al campo laboral.

Como complemento sobre la creación y circulación de espacios y eventos culturales, el artículo “La Despensa Centro Cultural” escrito por Deflina Zarausa y publicado en el año (2016) analizar cómo, a causa del aumento de la profesionalización de las áreas artísticas, se han incrementado los espacios destinados a la gestión y comercialización cultural. Esta situación es descrita en la creación del centro cultura La Despensa, en donde ciertos artistas quisieron redefinir la escena y la oferta cultural de un pueblo cercano a la ciudad de Buenos Aires, reconociendo la necesidad y falta de este tipo de espacios.

A partir de un ejercicio de autogestión, un grupo de jóvenes tomó la oportunidad de generar un espacio laboral que cumpliera una función artística dentro de una comunidad carente de ello. Estas acciones sostienen la importancia de generar y trabajar por proyectos que promueven el desarrollo económico y laboral a partir de las artes. Posteriormente, se puede ver cómo detonan en la creación de diferentes espacios que generan mayor oferta cultural y fortalecimiento de los procesos artísticos dentro de las poblaciones que no los consideran un componente importante dentro del desarrollo social.

Con base en este proyecto, la autora considera relevante redefinir la cultura y adaptar los procesos artísticos a nuevas maneras de autogestión y creación como se

evidencia en el desarrollo del espacio cultural pues, a partir de esto, se abre una ventana para la visualización de los artistas emergentes y sus proyectos, permitiendo crear cadenas laborales y artísticas que comprenden varias áreas, ya sean pertenecientes o no al campo artístico.

Tomando del anterior proyecto la intención de redefinir y promover los proyectos culturales, es relevante tener en cuenta la inclusión de diferentes programas en la realización de EL ESCAPARATE, pues resalta en la institución la necesidad de generar una propuesta que permita el desarrollo de nuevos espacios de exposición y redes laborales como se postula en las bases de este proyecto.

También se destaca como elemento relevante el adaptar los procesos artístico-educativos a nuevos espacios que les permita a los estudiantes y egresados de la institución pensar el arte como una manera de sensibilizar a nuevos públicos los cuales, de hecho, pueden ser potenciales consumidores en un futuro.

Finalmente, y en relación con la creación de espacios culturales que conecten de forma directa con los espacios educativos o con las creaciones que allí se producen, se retoma aquí el artículo de José Ramón Alcalá Mellado publicado en el 2017 titulado "Musealización de las prácticas artísticas contemporáneas. Colecciones y archivos: nuevas estrategias para su gestión, promoción y difusión". En este se realiza una investigación sobre las posibilidades que existen de repensar el museo como único espacio de exhibición de las muestras de arte, lo que implica la búsqueda de nuevas metodologías para su difusión, estudio y divulgación.

De este modo, el autor inicia por cuestionar el espacio del museo como aquel lugar exclusivo en donde el arte puede ser coleccionado, observado y disfrutado. Principalmente, se cuestiona por las nuevas modalidades de producción en el arte, así, la "obra de arte"

como producción material tangible ya no es todo lo que existe. Desde la aparición y masificación en los años 90's de distintas herramientas tecnológicas, los artistas han creado nuevas vanguardias donde elementos como el video, el sonido o la luz se vuelven en sí mismos la "pieza artística". No obstante, existen varios problemas a enfrentar, por un lado, el museo no cuenta con los espacios y los equipos necesarios para mostrar de manera permanente piezas como los performances. Por otro lado, estas nuevas formas de arte ligadas a los medios tecnológicos se encuentran en el mismo proceso que alguna vez pasó la fotografía al no poder legitimarse en la "Institución-Arte" y ser divulgada allí. De esta manera, el artículo procede a analizar el proyecto "Colecciones y Archivos de Arte Contemporáneo (CAAC) de Cuenca" desarrollado en la Facultad de Bellas Artes de Cuenca, donde docentes de la misma institución decidieron generar un nuevo espacio (en este caso virtual) en el que la divulgación y muestra de este arte no se basara exclusivamente en la contemplación sino también en la circulación e intercambio entre comunidad, artista, público, críticos y coleccionistas.

Así, el autor intenta impulsar la conciencia sobre la necesidad de reconocer al artista más allá del que está o no expuesto en una sala, recalcando la importancia de brindar oportunidades a lo nuevo y creando asimismo espacios que no necesariamente se adapten a la convención, bien sean páginas web, campus universitarios, laboratorios y/o talleres de creación. Señala igualmente, y con bastante claridad, la dificultad que implica mantener proyectos de este tipo en tanto no se obtiene el público esperado y se desvanece el anhelo de dar a conocer. Lo anterior le motiva a su vez a destacar la importancia de realizar estudios alrededor de la divulgación, siendo esto aquello que debe darse con mayor fuerza en un trabajo conjunto entre el artista y el que hace la función de ventana.

El artículo concluye señalando que las prácticas tradicionales deben ser puestas en reconsideración según las obras y elementos artísticos que pretendan se divulgados. La formación de públicos es importante, pero así mismo, el atraer las miradas sobre las producciones depende del artista y la institución, pues, bien sea un museo, un laboratorio de creación o una universidad, estos deberán brindar las herramientas para exaltar la obra en su propio universo y bajo sus propias narrativas.

Siendo así, EL ESCAPARATE como vitrina de creación y difusión, pretende generar espacios que resalten de manera óptima y adecuada el trabajo de cada uno de los expositores. Esto, en pro de recoger todos los elementos anteriormente señalados como lo son la generación de experiencia para la formación de públicos a través de herramientas de todo tipo, incluidas las tecnológicas. Para llegar a ello, se hace evidente la necesidad de llevar a cabo un correcto proceso de gestión, preproducción, producción, montaje, postproducción y difusión en pro de cumplir el objetivo de dar a la comunidad LCI un espacio para mostrar sus trabajos y capacidades en distintas áreas de la creación y del diseño.

## 4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

*"Los ingredientes de creatividad y de espíritu inventivo e innovador inducidos por una educación bien orientada y eficazmente desarrollada constituyen elementos especialmente valiosos, al convertirse en instrumentos reguladores de dicho proceso de cambio en tanto que herramientas intelectuales imprescindibles para la resolución de problemas complejos"*

*- (OCDE, 1992) - (Reyábal y Sanz citando a OCDE, 1995, pag2)*

Como parte de una comunidad educativa, este trabajo parte del interés constante sobre la integración y la transversalidad en la educación como elementos propios de un proceso integral que permita el desarrollo óptimo de sus estudiantes. A partir de un sondeo inicial llevado a cabo por medio de la aplicación de 30 encuestas a distintos estudiantes de la institución, se considera necesario obtener un reconocimiento de todos los programas de la institución tecnológica LCI Bogotá tanto en el medio universitario como en el sector laboral. Esto, a partir de los resultados arrojados por las encuestas en las cuales se visibilizó una ausencia de espacios de exhibición para la totalidad de los programas y de sus estudiantes.

La anterior situación impide el diálogo entre programas y, así mismo, limita la posibilidad de un trabajo en conjunto donde se potencien y aprovechen al máximo los conocimientos de cada estudiante en relación con proyectos distintos a los de sus respectivas carreras.

De igual forma, a raíz de esta problemática se identifica un segundo factor en cuanto al vínculo de los estudiantes con el espacio laboral. En el caso de las instituciones de

educación superior, se suelen abrir las opciones de prácticas como una manera de conectar a sus estudiantes con el mundo real y sus necesidades; no obstante, como parte de la problemática del bajo reconocimiento de la institución y sus programas, los estudiantes no suelen tener un acceso rápido a la experiencia laboral debido al desconocimiento de los distintos medios externos sobre sus talentos y capacidades.

De este modo, se vuelve imperante la necesidad de construir espacios de exposición que funcionen a modo de ventana entre quienes conforman la comunidad de LCI. Por esta razón, este proyecto sugiere una plataforma como lo es EL ESCAPARATE a través de la cual se pretende brindar una opción a la búsqueda de obtener reconocimiento entre actores externos como pares académicos e industrias y empresas del gremio; esto con el objetivo de impulsar las opciones de prácticas para los estudiantes de todos los programas y, con ello, las posibilidades de generar vínculos laborales de manera más rápida una vez hayan egresado.

A partir de esta situación surge la pregunta que guiará la presente investigación:

*¿Cómo puede potenciarse el reconocimiento de los estudiantes y egresados de LCI Bogotá a través de un evento que genere transversalidad e interdisciplinariedad que, a su vez, funcione como plataforma de exposición y conexión entre la comunidad académica y el medio laboral?*

## 5. JUSTIFICACIÓN

*Honneth parte de la siguiente afirmación: "la vida social se cumple bajo el imperativo de un reconocimiento recíproco, ya que los sujetos sólo pueden acceder a una autorrelación práctica si aprenden a concebirse a partir de la perspectiva normativa de sus compañeros de interacción, en tanto que sus destinatarios sociales*."

*- (Arrese Igor,s.f; 3)*

Este trabajo es importante gracias a la posibilidad de integración que ofrece para los estudiantes de la comunidad LCI. Tras una revisión de archivo previa de los documentos existentes en la universidad, se pudo recolectar información que evidenciaba, en un principio, los eventos, seminarios y workshops que se realizaron durante el periodo de 2012 a 2017. Al identificar los programas hacia los cuales estaban destinados cada uno de estos eventos y demás, se pudo observar el protagonismo de programas como Tecnología en Moda e Indumentaria, Técnico Profesional en Pastelería y Panadería (al igual que en Gastronomía), y en Tecnología en Mercadeo y comunicación de la Moda.

Por otro lado, al indagar sobre esos eventos realizados, a pesar de muchos requerir de personas capacitadas en áreas de montaje, producción y diseño, pocas veces los estudiantes de programas que ofrecen estas cualidades, como Tecnología en Producción Escénica y Visual o Tecnología en Producción Gráfica Digital, fueron llamados a trabajar en conjunto para su realización. Así, se hace evidente la falta de transversalidad que existe entre programas, lo que conlleva a la búsqueda de los mismos talentos en personas externas a la institución.

Por tanto, dado que la institución no genera los espacios y vínculos necesarios para la exposición de todas las carreras, el sector externo, donde se hallan los posibles espacios de prácticas y futuros empleadores, tampoco tienen conciencia de los profesionales que ofrece LCI Bogotá.

Partiendo de lo anterior, este proyecto busca ofrecer un análisis profundo de la problemática para generar una propuesta creativa en donde se brinde la opción de trabajo en conjunto a través de la creación de un evento en el cual todos los programas de la universidad aporten desde sus conocimientos al desarrollo de este. Así mismo, todo el trabajo se expondrá a invitados que formen parte de los distintos medios y, con ello, se buscará dar visibilidad en nuevas empresas para generar vínculos entre la institución, los estudiantes y el sector laboral.

En conclusión, se pretende generar un evento que no solo represente un resultado para este trabajo de grado, sino que también quede como un elemento funcional para la institución. Esto, a través de la escritura del presente documento en el cual se hallará un espacio dedicado a la construcción de un modelo de producción propio en el que se puntualicen cada una de las etapas para la ejecución de este evento, en pro de que en años siguientes la institución LCI Bogotá pueda retomar EL ESCAPARATE y hacerlo propio.

# 6. OBJETIVOS

## Objetivo general

Crear un evento en el cual participen de manera transversal los diferentes programas de LCI Bogotá fomentando con ello el reconocimiento de estudiantes y egresados de la institución para con ello generar oportunidades en el campo laboral, desde los procesos educativos comprendidos como pasantías.

## Objetivos Específicos

1. Convocar a los diferentes departamentos, tales como administrativo, directivos y estudiantes para garantizar la participación de la comunidad educativa dentro del evento.
2. Gestionar la recolección de proyectos y trabajos presentados por los estudiantes y egresados de la institución, para realizar la adecuada curaduría del contenido que se presentará durante el evento.
3. Diseñar y construir el modelo de producción del evento, para la realización del mismo en versiones futuras.
4. Generar una estrategia de difusión a través de la cual se asegure la participación de figuras representativas de la comunidad LCI y del medio laboral.
5. Incentivar el interés por parte de empresas e instituciones culturales hacia los estudiantes de LCI para lograr generar nuevas oportunidades laborales.
6. Realizar un informe final sobre las impresiones que generó el evento en los asistentes para garantizar su realización mejorada en años posteriores.
7. Llevar a cabo las labores de diseño, preproducción, producción y posproducción del evento EL ESCAPARATE.

# 7. METODOLOGÍA

A partir de la revisión del texto “Metodología de investigación en las artes” escrito por Albert Colmenarez (2014) se pueden establecer los caminos metodológicos ideales para llevar a cabo este proyecto de investigación y, así, dar respuestas a todos y cada uno de los objetivos aquí planteados. Siendo así, este trabajo se basa en dos tipos de investigación; la investigación en las artes, y la investigación en la práctica.

Según el autor, en la investigación en las artes se utiliza principalmente el diálogo e intersubjetividad a modo de establecer una visión interpretativa de las cosas. En ella se emplea un lenguaje reflexivo y subjetivo, orientándose hacia una investigación cualitativa, que hace uso del arte y/o la literatura para que tanto investigadores como espectadores saquen conclusiones que normalmente no saldrían en investigaciones de un carácter más racional. Dentro de las características principales de este tipo de investigación se encuentran: el uso de elementos de orden artístico, la búsqueda de distintos métodos de generar experiencias y el intento de mostrar de manera más abierta conceptos que para la sociedad actual no deberían entablarse en una conversación habitual.

Es por esto, que nuestro evento pretende romper con la estructura clásica de los modelos de eventos que se suelen llevar a cabo en la institución en los cuales, generalmente, se dividen las muestras de unos programas de las de otros. A partir de esta ruta de investigación, será posible ampliar el panorama a un proceso transversal en el cual la comunidad educativa LCI pueda unir sus talentos y sacar aún mejores proyectos de ello.

De igual forma, la investigación en la práctica, dado que cuenta con un enfoque holístico, multidisciplinar y práctico, se basa en la originalidad y la contribución al conocimiento a través de la expresión artística y/o cualquier tipo de actividad que lleve un enfoque investigativo hacia las artes.

Esta metodología investigativa permite que, a partir de la creación se conceptualicen las investigaciones, dándole más importancia al proceso que al resultado final. Hay tres características principales impuestas por el consejo de investigación de humanidades y artes (2000) y básicamente se basan en:

1. Establecer preguntas de investigación o problemas que se verán enfocados durante el curso de la investigación y establecer los objetivos.
2. Especificar el concepto de investigación al cual se dirigen las preguntas. Especificar el por qué son importantes estas preguntas, qué otras investigaciones existen sobre este tema, y cómo contribuye el proyecto a la creatividad y conocimiento del tema.
3. Especificar la metodología de investigación para la resolución de las preguntas problema. Cómo buscar resolver esas preguntas en medio del proceso. Explicar los motivos de elegir esa metodología de investigación y por qué aporta los significados apropiados para dar respuestas a los interrogantes.

Según estos aspectos el resultado final viene como añadidura al proceso integral de investigación. Sin embargo, este resultado también debe ser documentado como parte del proceso de investigación. Otro aspecto importante es que este proceso debe manejar un modelo de evaluación cualitativo ya que el modelo estadístico tradicional no aplica para este tipo de investigaciones. Hablando de la redacción del proyecto, se aplican modelos cualitativos que brindan veracidad a los hallazgos. En una investigación basada en la práctica, y más específicamente para este caso, se realizarán análisis literarios para generar nuevos puntos de vista frente a la investigación misma.

La metodología busca la reflexión del practicante frente al proceso investigativo, por tanto, se basa en una estructura cíclica de ensayo y error, haciendo así que el investigador- practicante se encuentre en un constante cambio en medio del proceso.

Siendo así, en este trabajo, dado que se parte de la producción de un evento artístico y cultural, la ruta de investigación permite obtener el análisis necesario para la revisión previa y posterior de la ejecución del mismo, al igual que la construcción de un modelo detallado que posibilite la realización del evento en ocasiones futuras.

En concordancia con lo anterior, las herramientas investigativas que se han utilizado y se utilizarán para poner en marcha este proyecto de diseño y producción artística son la observación, la aplicación de encuestas abiertas y el trabajo con grupos focales; las técnicas de análisis de los resultados obtenidos por medio de estas han sido el análisis del discurso a partir de una sistematización de datos. En cuanto a la investigación creativa, se ha llevado a cabo una investigación experimental en la que se han construido marcos lógicos de trabajo tal y como se puede evidenciar en la producción de los capítulos de “Marco teórico” y “Revisión de literatura” de este documento.

# 8. EL ESCAPARATE

## 8.1 ¿Cómo surge la idea?

Este proyecto fue planteado a principios del 2018 en el proceso llevado a cabo en la clase de Anteproyecto. En un inicio, cada una de las personas que conforman el actual equipo tenía un proyecto independiente que se ajustaba a los intereses que cada quién. Entre estos primeros trabajos se hallaba la creación de un cortometraje, la dirección de una pieza teatral, la ejecución de una plataforma web para mostrar trabajos universitarios, la investigación del arte en relación a problemas sociales y una muestra de artes vivas.

Todos estos proyectos contenían partes del programa de Producción Escénica y Visual; había dirección de arte, diseño escénico, labores de producción, y diseño digital. No obstante, lograr la ejecución de la mayoría de estos exigía un trabajo en equipo tal y como lo evidencian los campos reales donde se llevan a cabo realizaciones audiovisuales, puestas en escena o creación de contenido digital. Además, surgió una preocupación por cómo presentar algunos de estos trabajos como elementos válidos que respondieran a una problemática, tal y como lo exige un trabajo de grado.

Así, se volcó la atención sobre la necesidad del trabajo en equipo en un programa como Producción y, así mismo, sobre la necesidad de generar reconocimiento de la misma entre una comunidad académica (LCI) que poco la retoma a pesar de las características útiles que puede representar para muchos de los eventos y muestras que realiza la institución con otros programas. De este modo, se decidió entre las cinco estudiantes trabajar por un proyecto común que resolviera en primera instancia esos dos factores, reconocimiento del programa y trabajo transversal con los demás.

La primera propuesta fueron entonces una pasarela de moda en la cual podrían trabajar todos por un fin común. Tecnología en Moda e Indumentaria presentaría sus diseños. Técnico Profesional en Maquillaje Artístico realizaría toda la labor de peinado y maquillaje tanto artístico como de belleza, Tecnología en Producción Fotográfica cubriría el evento para dejar un posterior registro, Tecnología en Producción Grafica Digital trabajaría de la mano con Tecnología en Gestión De Industrias Creativas y diseñarían la imagen del evento para su presentación física y su distribución en plataformas web, Tecnología en Interiorismo e Intervención de espacios ayudaría a diseñar el espacio interior, Técnico Profesional en Pastelería y Panadería se encargaría del catering, Tecnología en Mercadeo y comunicación de la mora realizaría un catálogo o editorial de las colecciones presentadas y del evento, y finalmente, Tecnología en Producción Escénica y Visual realizaría la producción del evento y la dirección de arte del mismo.

En general, esta propuesta llenaba las expectativas del primer planteamiento, empero, se incluyó una problemática extra: la falta de reconocimiento de nuestra institución entre el campo laboral. Esta cuestión era especialmente visible entre el programa de Producción Escénica al partir de múltiples experiencias de prácticas poco satisfactorias. Así, se tomó la decisión de incluir esta tercera problemática al interés general de la investigación y, a partir de ello, se redireccionó el trabajo hacia una propuesta que de manera aún más visible permitiera a agentes externos observar el trabajo de nuestros estudiantes. Así, el concepto de vitrina se hizo fundamental, y poco a poco, al partir de referentes ya instaurados comenzó a establecerse el camino de este proyecto.

El primer gran referente fue la Vitrina de Jóvenes en Escena - Teatro en Estudio de la Casa del Teatro Nacional en tanto cumplía en gran medida con varios de nuestros

objetivos (trabajo transversal, reconocimiento entre programas e instituciones y reconocimiento de algunos asistentes del medio laboral). Su diseño y programación está actualmente planteado como una semana cultural, y en ese tiempo, se llevan a cabo infinidad de propuestas como lo son talleres, clases abiertas, puestas en escena, entre otros. Dado que lo que se intentaba proponer en este ejercicio era evidentemente una prueba piloto, abarcar una semana era demasiado pretencioso, por esta razón se mantuvo la idea de un solo día pero que permitiera tanto presentar exposiciones de trabajos ya realizados, como muestras en vivo de aquellos programas que pudieran hacerlo.

Igualmente, el presupuesto era (y es siempre en una producción de cualquier tipo) un elemento clave a tener en cuenta. El presupuesto planteado, como se expuso anteriormente, fue de $ 5 000 000, esto debido a que se buscó la financiación de la institución y debido a la consciencia de que no podría ser más grande puesto que desde el papel ya se veía el trabajo extra que implicaba para un equipo de tan solo cinco personas.

De igual manera, la idea de la pasarela de modas comenzó a desdibujarse y comenzó a transformarse en la idea exclusiva de una vitrina donde los estudiantes se presentaran como expositores y algunos pudiesen hacer muestras en vivo del trabajo transversal esperado. Esto, por dos razones, primero, debido a que el punto clave que interesó a la institución para acceder a financiar este proyecto fue la idea de atraer al campo laboral al trabajo de los estudiantes con el fin de intentar crear convenios de prácticas y posibles puertas a este mundo. Y segundo, dado que con este objetivo era importante generar una muestra más puntual de los trabajos y de los estudiantes de manera que no se limitara a una pasarela que podría haber durado tan solo media hora.

Así, se dio paso a lo que en adelante se consideró como un evento que sería una vitrina de creación y difusión en la cual participarían tanto estudiantes como egresados para obtener oportunidades de reconocimiento y trabajo en el mundo laboral. Esto, cambió el trabajo transversal entre todos los programas por una muestra transversal entre algunos e independiente entre otros, lo que en consecuencia recargó trabajo como el de diseño gráfico, espacial, manejo de redes y toma de registro en el equipo de producción.

Finalmente se llegó al *EL ESCAPARATE. Vitrina de creación y difusión*. Un evento que se enfocó en el objetivo de crear un puente entre LCI y empresas del medio laboral que se relacionaran con distintas áreas del diseño para obtener reconocimiento de los programas académicos, de los estudiantes, y de la institución en sí y, ojalá, abrir el espacio a convenios de prácticas que permitieran a estudiantes y egresados dar un paso hacia el campo laboral.

# 9. NUESTRO MODELO

El modelo de producción de EL ESCAPARATE surge a partir de una rigurosa consulta de modelos previos de los cuales fueron retomados aquellos puntos que brindaban la mayor fiabilidad respecto a su utilidad y resultados positivos en la ejecución. Entre los diferentes modelos consultados el que más se acercó a los objetivos de este proyecto fue el propuesto por Patricio Cerda Gutiérrez (2001) que consta de un paso a paso. En total el modelo de producción de EL ESCAPARATE consta de los doce puntos que serán presentados a continuación.

## 9.1 Modelo de producción

1. Concertar cómo y cuándo debería realizarse el evento con el departamento de comunicaciones.
2. Responder a las preguntas ¿Qué? ¿Por qué? ¿A quién? ¿Cuándo? ¿Cómo? ¿Cuánto? ¿Quiénes? ¿Cuáles? y ¿Dónde?
3. Distribuir roles y tareas a realizar por cada encargado. Por orden prioritario y con fechas límite a modo de cronograma.
    a. Productor general
    b. Gerente de producción
    c. Coordinador de producción
    d. Asistente de producción
    e. Dirección de arte
4. Realizar un scouting para tener presentes todas las variables que podría tener el espacio que se nos asigna para la realización del evento tales como: flujo de aire, dimensiones y posible distribución del espacio, salidas de emergencia, baños, etc.

5. Realización de una propuesta de arte para el evento que surja de la resolución de las preguntas ¿qué? ¿por qué? ¿cómo?, etc.
6. Crear un presupuesto en el cual se especifiquen todas las variables.
7. Convocar a los asistentes del evento (directores de carrera, futuras conexiones, expositores, etc.) ya sea por carta de invitación, correo o por ticket electrónico.
8. Realizar un plan de difusión especificando cuáles son los medios por los cuales se realizará la difusión del evento, en qué tiempos se llevará a cabo (horarios) y qué piezas se mostrarán.
9. Realizar un cronograma minuto a minuto del evento.
10. Realizar un plan de montaje en las tres etapas, en el cual se tengan en cuenta la hora del evento, posibles imprevistos sobre el mismo tiempo de montaje, dimensiones del lugar, sistema de seguridad que maneja, etc.
11. Verificar ¿cómo será el ingreso del público? ¿por dónde se realizará? y ¿cómo será la circulación del mismo?
12. Realizar una evaluación del evento, ya sea por medio de entrevistas a los participantes o por el registro de opiniones del grupo organizador.

## 9.2 Presupuesto y Cronograma

### 9.2.1 Cronograma del proyecto

Dentro de este cuadro se encuentran las tareas semanales y mensuales para la total ejecución del proyecto y del evento. Cada una de ellas se divide en las actividades necesarias para el cumplimiento de cada uno de los objetivos propuestos en esta investigación (Anexo 1).

### 9.2.2 Cronograma de preproducción evento (Anexo 2)

Dentro de este cuadro se encuentran las tareas semanales en las que consistió el trabajo de preproducción del evento. Se dividieron las tareas según los grupos de trabajo (equipo de producción, equipo de arte, y asistencia de producción) (Anexo 2).

### 9.2.3 Cronograma minuto a minuto

En este cuadro se encuentra descrito el día del evento en intervalos de media hora para lograr un orden en la realización de las instalaciones y montajes. Además, allí se dejan explícitos los llamados a expositores y modelos para otorgarles un tiempo prudente de montaje de sus exposiciones (Anexo 3).

### 9.2.4 Presupuesto base

Aquí se presenta el presupuesto con el cual fue aprobado el evento de EL ESCAPARATE por la rectora de la institución Paula Perotti. Este consta de 6 ítems importantes dentro de la producción del evento junto con sus subtotales y su gran total (Anexo 4).

### 9.2.5 Presupuesto final

Aquí se presenta el presupuesto final luego de los ajustes requeridos a partir de los cambios realizados en la propuesta de arte y del reajuste en el servicio de catering. Este consta de 6 ítems importantes dentro de la producción del evento junto con sus subtotales y su gran total (Anexo 5).

## 10. PROPUESTA DE ARTE

Entendiendo el primer momento de investigación como recolección de información y datos para determinar los conceptos bajo los cuales se realizará la propuesta, se entiende que la conducta humana está determinada e influenciada por la percepción que genera el color en cada persona tal y como lo revela la publicación "*Teoría de los colores*" realizada por Friedrich Schiller entre 1798 y 1799, en la cual se asigna un color para cada temperamento, los cuales son: tiranos, héroes, aventureros, hedonistas, amantes, poetas, oradores públicos, historiadores , maestros, filósofos, pedantes, gobernantes.

Partiendo de este artículo se comprende que los seres humanos entienden el color como el resultado final del proceso que el cerebro lleva a cabo a partir de conocimientos adquiridos previamente; no se puede entender como sensación o experiencia; sin embargo somos capaces de asociar el color a ciertas emociones o percepciones, tal como se utiliza la psicología del color para inferir en la publicidad o el diseño de productos, atribuyendo características específicas a un objeto o imagen.

La psicología del color ha influenciado desde entonces las áreas correspondientes a las artes y al diseño, atribuyendo a los colores las siguientes características:

**Amarillo**: Es el color más cercano a la luz. En su estado más puro se asemeja al brillo, caracterizándolo como suave y sereno.

**Azul**: partiendo de la oscuridad, este color produce sensaciones contrarias y casi imperceptibles al ojo generando contradicción entre la excitación y reposo.

**Rojo**: en su estado más claro produce gravedad y dignidad, y en su estado más oscuro gracia y atractivo.

**Violeta**: en su estado claro expresa profundidad, misticismo, misterio, melancolía, se asocia a la intuición y la magia; en su tonalidad púrpura es símbolo de realeza, suntuosidad y dignidad.

**Naranja**: está asociado a la energía, este color distingue a las personas eufóricas y dinámicas.

**Verde**: el ojo lo percibe de manera agradable, por lo tanto se cataloga como liberador de emociones y equilibrio y serenidad.

Como concepto principal del diseño escenográfico, se estableció el color como elemento fundamental en el diseño y realización de los paneles, ya que este expresa el carácter y personalidad de un artista o diseñador en particular, siendo entonces objeto esencial en los programas y trabajos relacionados por los estudiantes y egresados de la institución.

Igualmente, atendiendo a su función estética, se busca generar empatía en los espectadores al realizar el recorrido para establecer un ambiente afable durante el evento, debido a que un espacio ambientado por colores genera mayor impacto visual y simpatía.

En respuesta a este argumento, se busca generar conexión entre las diferentes áreas del diseño, anexo a ello se utilizan los siguientes referentes como parte de la investigación práctica en la cual se soportan los referentes conceptuales que se establecen a continuación.

*Figura  3 Liz West Manchester UK*

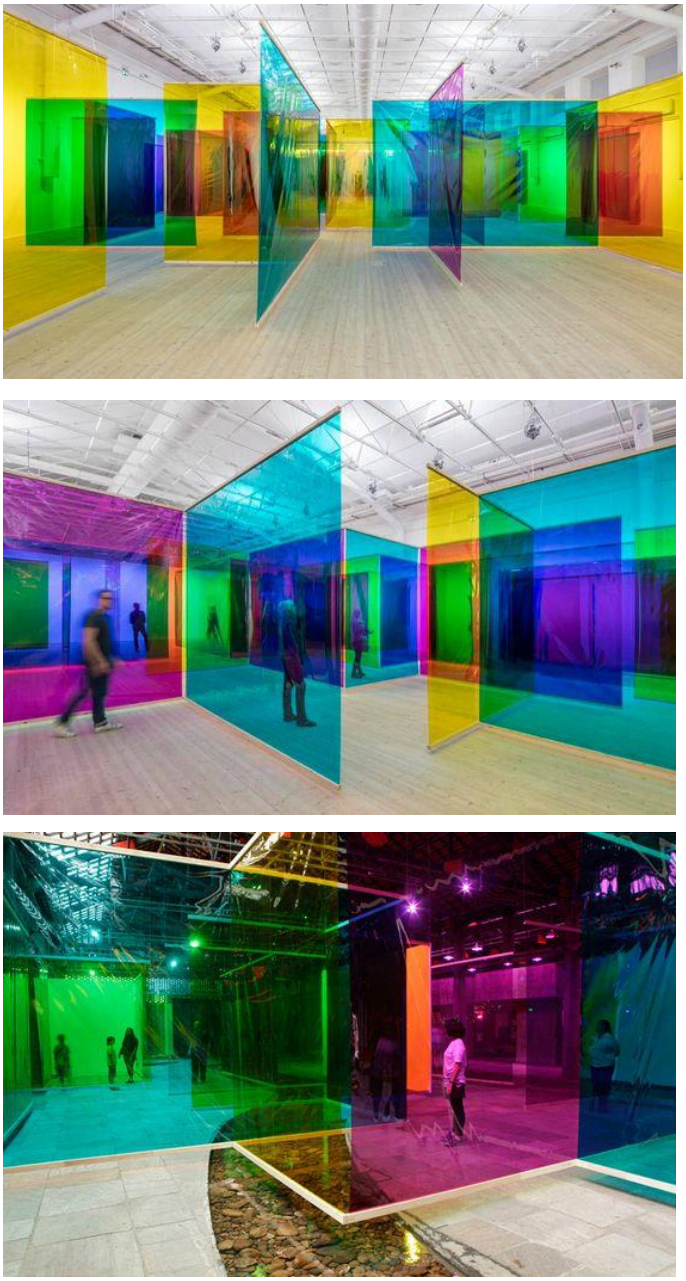


*Figura  4 Your body of work. Moderna of Museet. Estocolmo. 2015*

## 10.1 Propuesta

La propuesta escenográfica de EL ESCAPARATE se centra en ambientar el quinto piso de la sede C de la institución LCI Bogotá, en medio de módulos de dos metros por dos metros, construidos en madera y acetatos de colores. Estos serán paneles diseñados con vinilos de diferentes colores que demarcarán el recorrido por el cual van a transitar los participantes y asistentes al evento. A partir de comprender el color como generador de sensaciones, se establecerá un espacio empático y amable en el que se expondrán los diseños y proyectos de los estudiantes y egresados aludiendo al color como elemento principal y común en todos ellos.

Como parte de este mismo elemento conector, se dispondrá de iluminación de colores en los espacios amplios, creando juegos de luz que resaltarán los lugares dispuestos para exposición.

## 11. DE LA TEORÍA A LA PRÁCTICA

Partiendo de la revisión documental realizada anteriormente, surgen una serie de interrogantes que llevan a la presentación del siguiente esquema para la ejecución del evento EL ESCAPARTE.

En un principio se realizó un análisis respecto a las implicaciones de la primera fecha seleccionada para el evento la cual coincidía con el evento de Puertas Abiertas que desarrolla periódicamente la institución. A partir de ello, se resaltó la posibilidad que generar confusión sobre el público que se querría atraer al, y quizás, esto podría desdibujar el objetivo principal. Por esta razón, se decidió que fuera llevado a cabo en la fecha del 20 de octubre, presentándose como un proyecto institucional independiente.

Posteriormente, se procedió a responder a las preguntas ¿Qué? ¿Por qué? ¿A quién? ¿Cuándo? ¿Cómo? ¿Cuánto? ¿Quiénes? ¿Cuáles? ¿Dónde? y a distribuir los roles principales de Productor general, Gerente de producción, Coordinador de producción, Asistente de producción, y Dirección de arte. Seguido de esto, se distribuyeron cada una de las tareas a realizar por cada encargado las cuales se asignaron por orden prioritario y con fechas límite, a modo de cronograma.

Después, la dirección de arte realizó una propuesta para el evento, especificando la escenografía y su ubicación en el espacio. En seguida, se creó un presupuesto en el cual se especificaron todas las variables tanto de dirección de arte como de la producción general. Posteriormente se procedió a convocar a los asistentes del evento (directores de carrera, futuras conexiones, expositores, etc.) por carta de invitación, correo y/o por ticket electrónico.

Finalmente se planteó un plan de difusión especificando algunos medios por los cuales se hablaría y convocaría al evento entre los cuales se hallaban canales institucionales y radiales. Para el día del evento se creó un cronograma minuto a minuto, seguido de un plan de montaje en las tres etapas en el cual se tuvieron en cuenta la hora del evento, posibles imprevistos sobre el mismo tiempo de montaje, dimensiones del lugar, etc. También se verificó cómo sería el ingreso del público, por dónde se realizaría y cómo sería la circulación del mismo. Por último, luego de la ejecución del evento se procedió a realizar una evaluación del mismo por medio de entrevistas a los participantes y de la recolección de opiniones del grupo organizador.

### 11.1 Informes de reuniones con directivas

El primer paso a seguir para acceder a los estudiantes que pudieran presentar sus trabajos en EL ESCAPARATE fue hablar con las directivas de cada uno de los programas académicos de LCI Bogotá. A ellos se les presentó el evento y su objetivo para solicitar un listado de entre cinco y ocho estudiantes de últimos cuatrimestres y egresados que se destacaran por tener excelentes trabajos. Así mismo, se les solicitó un listado de empresas con quienes quisieran establecer convenios de prácticas a futuro para con ello intentar gestionar su asistencia.

De este modo, el resumen de las reuniones que se llevaron a cabo con cada una de las directivas es el siguiente:

#### 11.1.1 Tecnología en Producción Escénica y Visual

Una vez el proyecto fue presentado a la directora Ana María Kamper, accedió de manera inmediata a apoyar el proyecto brindando información requerida como el contacto de estudiantes destacados en sus trabajos escénicos y audiovisuales. En total brindó la

información de ocho estudiantes que en sus trabajos evidenciaban el diseño escénico, la dirección de arte y la producción audiovisual. Así mismo, entregó dos registros de trabajos recolectados por la docente Claudia Mejía en la asignatura de Diseño Escénico IV y Dirección de Arte. En cuanto al listado de empresas para generar convenios de prácticas solo se mencionó un teatro que fue el Julio Mario Santo Domingo.

### 11.1.2 Tecnología en Producción Gráfica Digital

El director Carlos Correa recibió el proyecto con agrado y accedió rápidamente a colaborar con él. Tan pronto como se llevó a cabo la reunión para presentar el proyecto solicitó que se le hiciera una solicitud explícita por correo para otorgar la información de los estudiantes requeridos. En total postuló a 5 egresados debido a que el programa no contaba con estudiantes de últimos cuatrimestres en ese momento; sin embargo, todos ellos contaban con trabajos destacados realizados durante su carrera.

En cuanto al listado de empresas con quienes quisiera generar convenios de práctica este no fue entregado a causa de que el programa no contaba con estudiantes próximos a egresar que estuviesen disponibles para este proceso.

### 11.1.3 Técnico Profesional en Maquillaje Artístico

En una primera reunión con el profesor Willmar Castro, coordinador de la carrera de maquillaje, se le explicó en qué consistía el evento EL ESCAPARATE sobre el cual se mostró muy interesado. Específicamente le interesó el hecho de que el programa de maquillaje realizara trabajo en vivo durante el evento. Inmediatamente después de esta reunión procedió a hablar con docentes de la carrera, para brindar el listado de estudiante destacados en las aulas.

Posteriormente se dio una segunda reunión en la cual entregó un listado con cuatro estudiantes que tanto él como profesores habían considerado que serían las más adecuadas para representar el programa. Adicionalmente brindó oportunamente los datos de diferentes marcas de maquillaje para buscar que fueran invitadas al evento.

### 11.1.4 Tecnología en Mercadeo y Comunicación de la Moda

En principio vale la pena señalar que la tarea de hacer una reunión con la coordinadora Sandra Merchan fue bastante difícil de conseguir. La comunicación se dio esencialmente por medio de correos; sin embargo, este medio fue poco efectivo para darle a entender el proyecto razón por la cual no se consiguió llamar su atención, ni obtener su ayuda.

Se realizó finalmente una reunión de la cual no se obtuvo tampoco nada productivo en tanto la coordinadora no lograba entender el por qué era necesaria su participación y la de estudiantes de su programa en el evento. Por esta razón, se procedió a buscar de manera independiente a integrantes del programa de mercadeo que pudiesen estar interesados en participar en EL ESCAPARATE.

### 11.1.5 Tecnología en Gestión de Industrias Creativas

Se presentó el proyecto ante el coordinador Tomas Cerón después de haber pautado una cita con él previamente mediante el correo institucional; no obstante, el director fue un poco escéptico ante la presentación de la idea, lo que dificultó el contacto directo con estudiantes que pudiesen estar en el proyecto. El coordinador brindó finalmente el nombre de dos profesores con quienes se pudo entablar una conversación de la cual se logró realizar una conexión directa con los estudiantes del programa.

Aun así, debido al poco contacto que se tuvo con el coordinador de este programa, no fue posible obtener una lista específica de empresas o asociados que pudieran asistir al evento.

### 11.1.6 Técnico Profesional en Pastelería y Panadería

Durante el inicio del proyecto, se logró mantener contacto con la Coordinadora de los programas de gastronomía y pastelería, Liliana García, por medio de correos institucionales. Posteriormente, se realizaron reuniones para exponer el evento y se sugirió, por parte de la coordinadora, la posibilidad de exponer un proyecto sobre huertas que ya habían trabajado, pero del cual lamentablemente no había registro alguno. Así terminó por decidirse trabajar de la mano con el programa de pastelería y se planteó la muestra del resultado de un ejercicio en clase de repostería.

### 11.1.7 Tecnología en Producción Fotográfica

Al coordinador del programa de fotografía se le hizo envío de una carta de presentación del evento, una semana después se estableció una reunión presencial en su oficina y en ella se muestra muy colaborador y optimista frente a EL ESCAPARATE. A partir de ello realizó la entrega de un listado con algunos de los mejores talentos del programa.

### 11.1.8 Tecnología en Interiorismo e Intervención de Espacios

En el área de interiorismo se hizo envío de una primera carta en el cual se explicaba el evento y se solicitaba una cita para aclarar cualquier tipo de inquietud frente al mismo; aun así, no se recibió respuesta alguna por parte del director de carrera. Seguido de esto se insistió de diferentes formas por plataformas como Omnivox y el correo institucional, pero continuó sin recibirse respuesta alguna.

Por esta razón, se procedió a realizar la invitación y presentación del proyecto de manera directa a los estudiantes del programa y así fue como se pudo establecer el contacto con la única persona que se postuló. Finalmente, se hizo envío de la carta de invitación a los directores de programa y fue hasta este momento en que se recibió la información de que durante todo el presente cuatrimestre el programa de interiorismo se encontraba sin un director de carrera a cargo.

### 11.1.9 Tecnología en Moda e Indumentaria

En el área de diseño y patronaje de modas se hizo envío de una primera carta en el cual se explicaba el evento y se solicitaba una cita para aclarar cualquier tipo de inquietud frente al mismo, de esta carta se recibió respuesta inmediata estableciendo hora y fecha de cita. Durante la reunión la coordinadora del programa dio una invitación a ver los trabajos de las tesistas para el proceso de curaduría que se estaba llevando a cabo. De estas se seleccionaros tres estudiantes y se procedió a realizar el trámite de invitación al evento.

De igual manera, la coordinadora señaló algunos nombres de empresas con las que le interesaría mucho tener contacto el día del evento.

## 11.2 Presentación del proyecto a estudiantes y solicitud de trabajos

### 11.2.1 Tecnología en Producción Escénica y Visual

Debido a que el evento fue realizado por estudiantes del mismo programa, podría decirse que la convocatoria entre los estudiantes fue sencilla de realizar. La curaduría de los trabajos se enfocó hacia las realizaciones audiovisuales en tanto estas eran aquellas que mostraban mejor calidad; en total se seleccionaron un cortometraje, un fashion film y un teaser de una producción animada. Igualmente se seleccionó un trabajo de diseño escénico el cual presentaba una maqueta para una producción en ópera.

Los trabajos seleccionados fueron enviados oportunamente por los estudiantes, todos participaron con gran interés y empeño en el envío de información y exposición de sus proyectos antes y durante el evento.

### 11.2.2 Tecnología en Producción Gráfica Digital

De los cinco estudiantes de gráfico que fueron convocados respondieron únicamente dos egresadas. Estas egresadas accedieron a participar de manera entusiasta y enviaron la información con respecto a sus respectivos portafolios digitales; no obstante, una vez la fecha del evento fue cambiada del 05 de octubre al 20 de octubre, para ambas fue complicado acomodarse al cambio de fecha y a pocas semanas de realizarse el evento no volvieron a confirmar ni su asistencia ni su inasistencia.

Aun así, el director del programa de gráfico autorizo al equipo de EL ESCAPARATE a continuar exponiendo sus portafolios web durante el evento debido a que consideraba que son un excelente ejemplo del buen trabajo que desarrollan los estudiantes del programa en LCI.

### 11.2.3 Tecnología en Interiorismo e Intervención de Espacios

Luego de la búsqueda independiente por parte del equipo de EL ESCAPARATE se seleccionaros dos aspirantes que enviaron sus trabajos al correo electrónico. A partir de ello se realizó un proceso de selección y curaduría y, luego de ser seleccionadas se les hizo envío de una carta con las especificaciones de exposición.

### 11.2.4 Tecnología en Moda e Indumentaria

Dentro del área de modas se seleccionaron 4 tesistas con las cuales se hizo contacto por medio de Omnivox. Posteriormente, tres de las tesistas confirmaron su participación para lo cual se procedió enviarles la carta de especificaciones de exposición.

### 11.2.5 Técnico Profesional en Maquillaje Artístico

De las cuatro estudiantes propuestas por el coordinador de este programa se realizó una revisión de sus trabajos y se seleccionaron todas ya que se consideró que cada una de ellas cumplía con las expectativas del evento. Así, se realizó el contacto con las estudiantes para confirmar su asistencia al evento.

### 11.2.6 Tecnología en Mercadeo y Comunicación de la Moda

En el caso de este programa se hizo contacto personal entre una de las integrantes de EL ESCAPARATE y una de las estudiantes de este programa. Al presentarle proyecto la estudiante accedió de manera inmediata a participar y posteriormente postuló a otra persona para exponer su trabajo también. Ambas estudiantes fueron muy puntuales y responsables con los requerimientos que se les hicieron para el evento y presentaron sus portafolios físicos de editoriales de moda.

### 11.2.7 Tecnología en Gestión de Industrias Creativas

Debido a la falta de conexión que se tuvo durante el proceso de selección de los proyectos, se realizó la presentación de EL ESCAPARATE a un grupo pequeño de estudiantes en la cual se planteó en una exposición la idea del proyecto; sin embargo, ninguno de ellos se mostró interesado en participar.

Posteriormente, por medio del director de comunicaciones, Jorge Peña, se estableció contacto con un estudiante que ya tenía un proyecto realizado y que mostró disposición e interés en participar junto con sus compañeros en el evento.

### 11.2.8 Tecnología en Producción Fotográfica

Después de obtener los contactos directos de los estudiantes sugeridos por el director y estudiantes de la institución, se habló con ellos de manera independiente y se

realizó la exposición del evento al igual que los requerimientos del mismo. En general se obtuvieron respuestas positivas por parte de la mayoría de egresados y estudiantes que se contactaron. Luego de confirmar su participación e interés se envió una carta de sugerencias y requerimientos para realizar su exposición; de acuerdo a lo establecido enviaron sus propuestas.

### 11.2.9 Técnico Profesional en Pastelería y Panadería

En el caso específico de gastronomía no se logró entablar relación directa con ningún egresado ni estudiante en curso.

## 11.3 Curaduría

Partiendo de la selección de los trabajos que verá el espectador en el evento, la curaduría procura elegir a aquellos que tengan un componente de innovación creativa. Luego de llevar a cabo el proceso de búsqueda de estudiantes y egresados destacados, se procedió a realizar el proceso de selección y curaduría.

Los estudiantes participantes son:

### 11.3.1 Tecnología en producción fotográfica

Antes de presentar a los participantes de este programa, es necesario comentar que a pocos días del evento, y pese haber confirmado su participación en este, la estudiante Daniela Paloma anunció su retiro aduciendo inconvenientes con el material de su exposición y, así mismo, el egresado Duván Chávez un día antes del día del evento retiró su participación sin una causa de peso. Lo anterior evidencia una falta de compromiso la cual hace parte de una problemática que deberá ser resuelta en próximas convocatorias.

De esta manera, de las seis personas postuladas los seleccionados aparecerán a continuación:

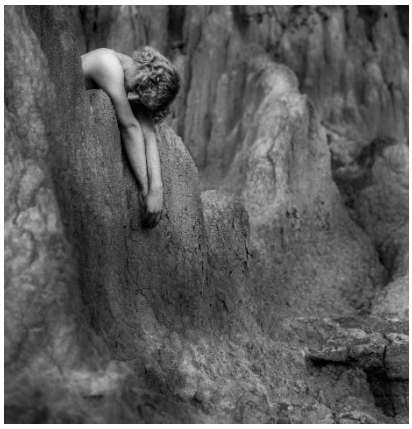
- *Fernando Barrera:* Su trabajo está basado en la naturaleza, especialmente en la fauna, la fortaleza de los animales son su inspiración

- *Maria Victoria Marquez*

Su trabajo se basa en llevar la cotidianidad a otra dimensión, la poesía, la metáfora visual son su inspiración. Inspirada en Verona Beach de la película Romeo y Julieta.

*-Sebastián Comba:*

Su fotografía enmarca lo experimental, explorando diferentes técnicas de luz, interesado en el paso del tiempo, la huella y el movimiento, su trabajo muestra imágenes abstractas que no llegan a la literalidad, reflejando escenarios espontáneos y reales.



**11.3.2 Tecnología en Moda e Indumentaria**

La actividad que se realizará con el grupo de moda consiste en que cada diseñadora expondrá dos de sus diseños, uno en maniquí y el otro sobre una modelo proporcionada por la misma diseñadora, sobre la cual un expositor de maquillaje se inspirará para realizar un maquillaje que se una a la propuesta conceptual del diseño. Posteriormente se abrirá para a un shooting en vivo que estará a cargo de un estudiante o egresado de fotografía.

- Vanessa Sánchez

-

De estas tres seleccionadas solo se presentó una ya que una de ellas canceló su participación en la misma mañana del evento y otra, cuando señaló que no podría asistir, a pesar de que se le ofreció poner sus vestidos en exhibición junto con algunas tarjetas de presentación, decidió aceptar y volver a confirmar su participación para luego no volver a responder al contacto directo con el equipo. Por esta razón, se tomó la decisión de dejar el trabajo de la tesista Isabella Tamayo, quien mostró un gran compromiso e interés con EL ESCAPARATE presentando su colección infantil dentro del marco del evento.

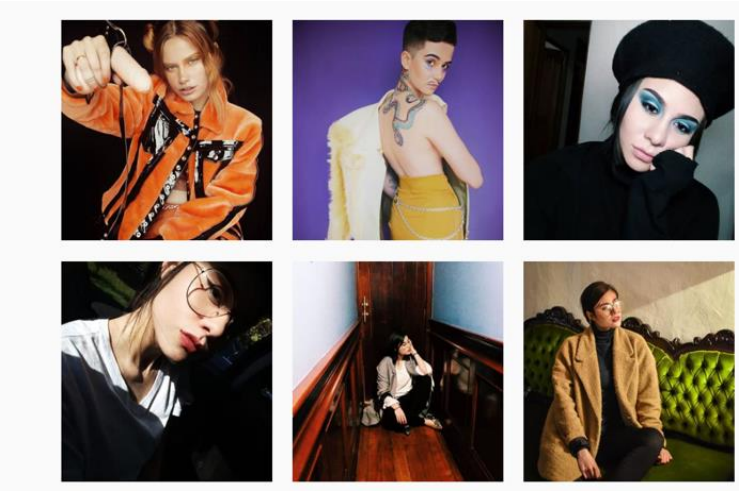
### 11.3.3 Técnico Profesional en Maquillaje Artístico

La actividad que se realizará con maquillaje consiste en que basándose en los trabajos seleccionados de moda las chicas realizarán un maquillaje en vivo.

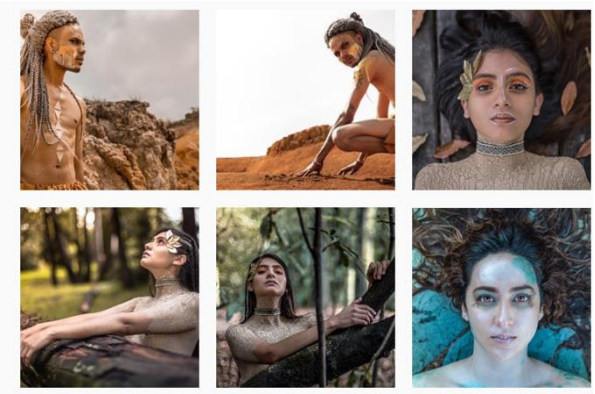
Empero, antes de mostrar los trabajos de las chicas que participaron en EL ESCAPARATE, es necesario comentar que a pocos días del evento, y pese haber confirmado su participación en este, la estudiante Sharon Pajoy anunció su retiro aduciendo inconvenientes que no le permitían tener disponibilidad para la fecha. Por su parte, las estudiantes Laura Del Sol Pabón y Paula Martínez, a un día del evento, retiraron su participación sin causa de peso.

Por lo tanto, se mostraron finalmente únicamente los trabajos de las egresadas las Sarah Gómez y Sara Pacheco, quienes mostraron un gran compromiso con EL ESCAPARATE, presentando su trabajo y maquillaje artístico dentro del marco del evento.

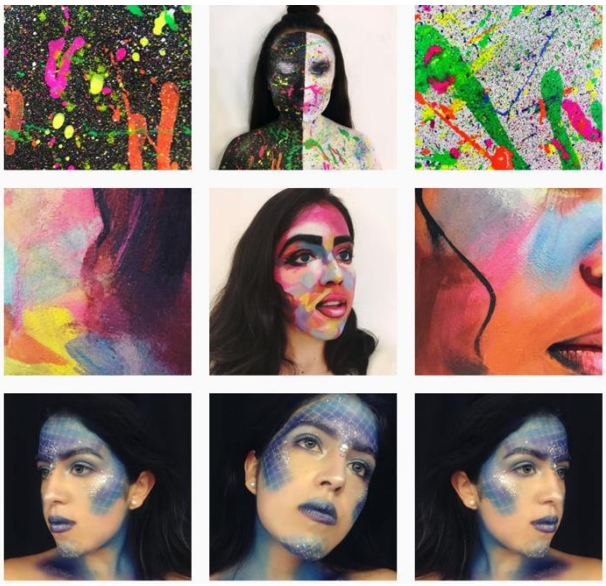
- Editorial de moda



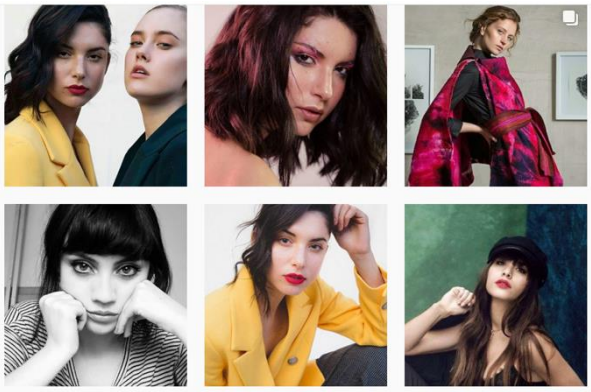
- Creación de personaje



- Maquillaje artístico

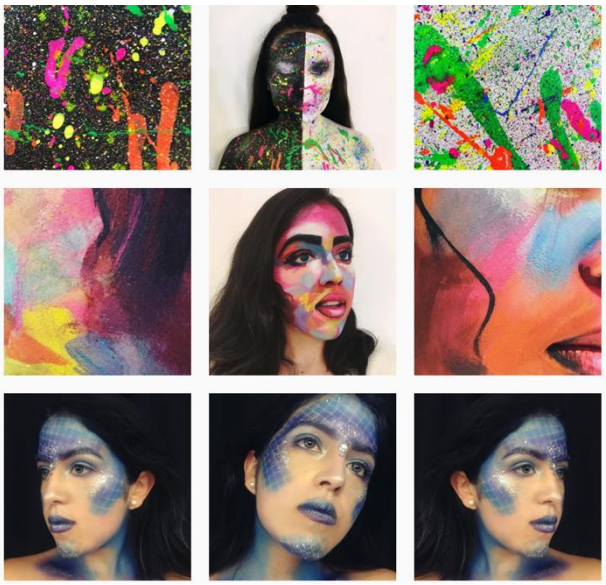


- Maquillaje beauty



Antes de mostrar los trabajos de las chicas que participaron en EL ESCAPARATE, es necesario comentar que a pocos días del evento Sharon Pajoy anuncio su retiro en la participación de este, por inconvenientes que no le permitían tener disponibilidad para la fecha, por su lado las estudiantes Laura Del Sol Pabón y Paula Martínez faltando un día para el evento decidieron retirar su participación sin ninguna excusa. Lo anterior hace evidencia a una falta de compromiso la cual hace parte de una problemática, que deberá ser resuelta en próximas convocatorias.

Por lo tanto se toma la decisión de mostrar los trabajos de las egresadas las Sarah Gómez y Sara Pacheco, quienes mostraron un gran compromiso con EL ESCAPARATE, presentando su trabajo y maquillaje artístico dentro del marco del evento.

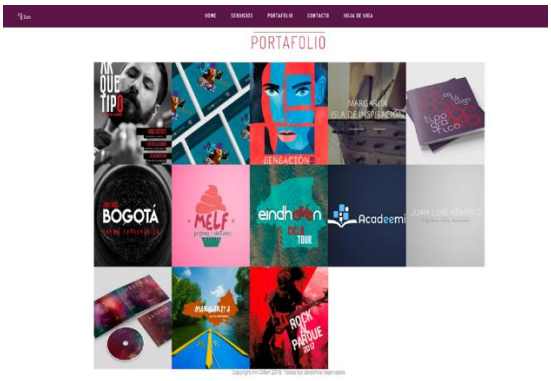


- Sarah Gómez

-Sarah Pacheco

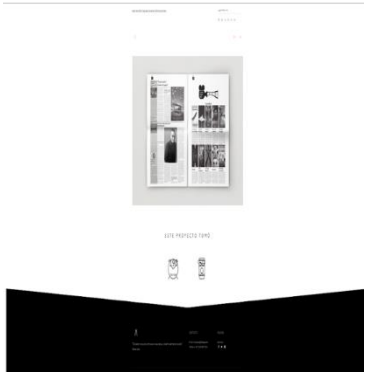
### 11.3.4 Tecnología en Producción Gráfica y Digital

- Anitza Guillen




Portafolio de la egresada. En él se encuentran sus trabajos más destacados al igual que información clave sobre sus habilidades en el diseño gráfico, el branding y la fotografía. Link: http://www.anigillen.com/

- Daniela Leal



Portafolio de la egresada. En él se encuentran sus trabajos más destacados al igual que información clave sobre sus habilidades en el diseño gráfico, el diseño web, diseño editorial y motion graphics. Link: http://www.faltada.com/index.html

### 11.3.5 Tecnología en Producción Visual y Escénica

- Laura Arias, Laura Figueroa, Cristina Camacho y María Helena Torres

Fashion film realizado para la clase de Producción Audiovisual.

- Cortometraje “Segundo Acto”

Diego Moreno, Sarah Hernández y Valentina Pérez

- Teaser de la producción animada “El Derrame”

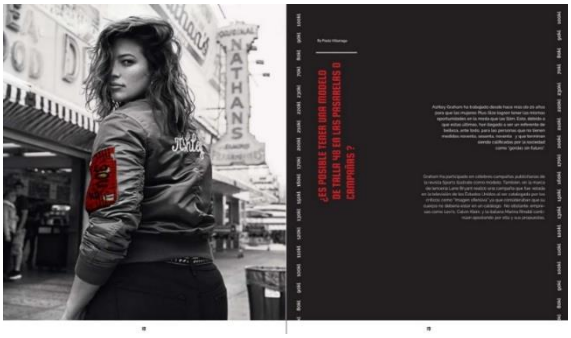
Melody Meyer

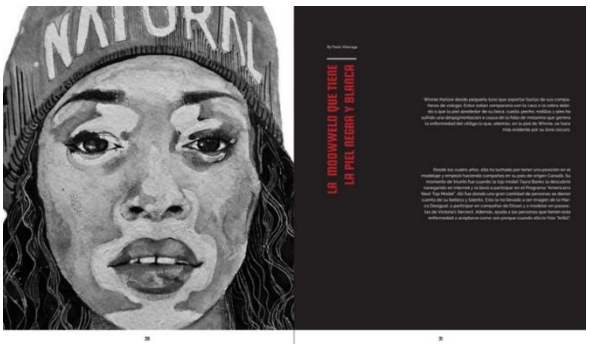
- Diego Moreno

La instalación representa una puesta en escena de un proyecto audiovisual en proceso bajo la técnica de Stop Motion o animación cuadro por cuadro.

### 11.3.6 Tecnología en Mercadeo y Comercialización de la Moda

- Paula Villarraga




Portafolio “Desigual” un proyecto que se centra en la moda diseñada para personas que no cumplen con los “típicos” estándares de belleza occidental.

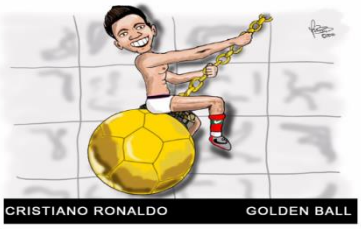
- Leydi Martínez

Portafolio “Space Flight”. En él se presentan propuestas futuristas hacia la estética en la moda, pero a su vez hacia las necesidades sociales y del mercado.

### 11.3.7 Tecnología en Gestión de Industrias Creativas

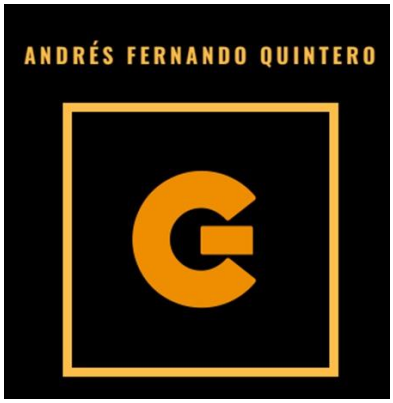
Heyber Molano

Caricaturas de temáticas actuales



- Andres Quintero

Aplicación para controlar y evitar el hurto de bicicletas.



## 11.4 Resolución a los interrogantes planteados

¿**Qué**?

"EL ESCAPARATE" es un evento creado por las estudiantes de último cuatrimestre del programa de Producción Escénica y Visual para la comunidad de LCI Bogotá, propuesto desde la necesidad de encontrar espacios y proyectos que cobijen de manera transversal los contenidos que comparten los programas en diferentes áreas.

De esta manera se origina y potencia el reconocimiento de los programas entre los estudiantes y profesores, generando nuevas redes que fortalezcan los procesos formativos y creativos de la institución; teniendo como objetivo de fomentar el interés de nuevas empresas e instituciones sobre la comunidad LCI Bogotá para genera posibles convenios de prácticas.

**Propósitos**

- Crear nuevas conexiones y convenios para la realización de prácticas de los estudiantes pertenecientes a los programas de la institución.
- Promover la transversalidad entre los proyectos de las diferentes carreras.

- Generar un espacio de apoyo y reconocimiento entre los estudiantes, para crear posibles grupos de estudio y trabajo que sean tenidos en cuenta posteriormente por la institución, para generar proyectos en los cuales los estudiantes sean partícipes y creadores.

**Objetivo general**

Crear un evento en el cual participen de manera transversal los diferentes programas de LCI Bogotá fomentando con ello el reconocimiento de estudiantes y egresados de la institución para con ello generar oportunidades en el campo laboral, desde los procesos educativos comprendidos como pasantías.

**Objetivos Específicos**

1. Convocar a los diferentes departamentos, tales como administrativo, directivos y estudiantes para garantizar la participación de la comunidad educativa dentro del evento.
2. Gestionar la recolección de proyectos y trabajos presentados por los estudiantes y egresados de la institución, para realizar la adecuada curaduría del contenido que se presentará durante el evento.
3. Diseñar y construir el modelo de producción del evento, para la realización del mismo en versiones futuras.
4. Generar una estrategia de difusión a través de la cual se asegure la participación de figuras representativas de la comunidad LCI y del medio laboral.
5. Incentivar el interés por parte de empresas e instituciones culturales hacia los estudiantes de LCI, para lograr generar nuevas oportunidades laborales.

6. Realizar un informe final sobre las impresiones que generó el evento en los asistentes para garantizar su realización mejorada en años posteriores.
7. Llevar a cabo las labores de diseño, preproducción, producción y posproducción del evento EL ESCAPARATE.

**Metas**

1. Realizar un listado de posibles empresas o profesionales que puedan abrir el espacio de práctica a estudiantes de LCI Bogotá.
2. Realizar una curaduría, en la cual solo se garantice la exposición de los mejores trabajos de la institución.
3. Documento teórico del ejercicio de producción.
4. Establecer contacto con empresas que puedan ser posibles generadores de convenios, y realizar una base de datos que facilite a los directores de carrera la comunicación con dichas empresas.
5. Llevar a cabo entrevistas a los asistentes del evento y publicarlas en canales multimedia de la institución.

**¿Por qué?**

Como parte de una comunidad educativa este trabajo parte del interés constante sobre la integración, la articulación y la transversalidad en la educación, como elementos propios de un proceso integral que permita el desarrollo óptimo de sus estudiantes. A partir de un sondeo inicial aquí se considera necesario obtener un reconocimiento de todos los programas de la institución LCI Bogotá tanto en el medio universitario como en el sector laboral. Esto, con el objetivo de incrementar y mejorar convenios para prácticas y pasantías para los estudiantes de la comunidad educativa.

**misión.** Generar un evento que incentive la creación de proyectos de alta calidad producidos por nuestros estudiantes y egresados, mediante el cual se logren generar nuevos vínculos y conexiones que permitan que el centro tecnológico LCI Bogotá cumpla con su objetivo de ser una institución que promueve la transversalidad y que brinda a sus estudiantes y egresados las mejores oportunidades en cuanto a prácticas en el sector laboral.

**visión.** A partir de la ejecución de la primera versión del evento "EL ESCAPARATE" se busca lograr la institucionalización del mismo dentro de la comunidad LCI, considerándolo como una ventana que fortalece y optimiza los proyectos realizados por los estudiantes, logrando generar potenciales intereses de estudiantes, egresados y empresarios en los procesos y proyectos realizados por los mismos.

## Justificación

A partir de la necesidad de crear un espacio en el que los estudiantes y profesores puedan conocer las diversas aptitudes y habilidades de los programas pertenecientes a la institución, se genera este evento como una vitrina que permita evidenciar los proyectos entre sus pares; fomentando la participación de la comunidad educativa de manera transversal, buscando fortalecer y originar estrategias de educación y trabajo entre estudiantes y egresados.

De la misma manera, se atiende a la necesidad de crear nuevos vínculos laborales buscando originar y solidificar convenios con posibles empleadores paras los estudiantes próximos a ser egresados. Esto ayudará a generar nuevas oportunidades de prácticas profesionales, con base en la baja oferta que se encuentra en el mercado laboral por desconocimiento de los programas de la institución.

**¿Donde?**

El evento se llevará a cabo en la ciudad de Bogotá en la institución educativa LCI, perteneciente a una red de varios institutos a nivel internacional reconocidos como La Salle College Internacional.

Tendrá lugar en la sede C debido a que es el edificio principal de la institución en donde convergen la mayoría de estudiantes, docentes y administrativos. Así mismo, este espacio es denominado como *centro cultural* y aporta carácter creativo y llamativo ante los participantes y asistente, pues fue diseñado como un espacio en el que se promueve el pensamiento creativo, generando encuentros que den cuenta de ello.

**¿Cuándo?**

La primera versión del *Escaparate* se realizará el 6 de octubre del 2018, en el tercer cuatrimestre, respondiendo a la necesidad de apoyarnos en el ya establecido y reconocido evento "*Puertas abiertas*" que realiza la institución.

El evento se proyecta como una oportunidad de lograr anualmente realizar esta muestra con la participación de la comunidad educativa, contemplando los siguientes tiempos de producción:

# Cronograma

TODAS PRODUCCIÓN ARTE TÉCNICO

| Semana | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado | Domingo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Semana 0 (3 de septiembre al 9 de septiembre) | * Definición fecha exacta del evento.<br>* Entrega de listado con todos los requerimientos para LCI.<br>* Presentación del presupuesto detallado a LCI.<br>* Solicitud de desembolso a LCI | * Definición fecha exacta del evento.<br>* Entrega de listado con todos los requerimientos para LCI.<br>* Presentación del presupuesto detallado a LCI.<br>* Solicitud de desembolso a LCI | * Definición fecha exacta del evento.<br>* Entrega de listado con todos los requerimientos para LCI.<br>* Presentación del presupuesto detallado a LCI.<br>* Solicitud de desembolso a LCI | * Definición fecha exacta del evento.<br>* Entrega de listado con todos los requerimientos para LCI.<br>* Presentación del presupuesto detallado a LCI.<br>* Solicitud de desembolso a LCI | * Definición fecha exacta del evento.<br>* Entrega de listado con todos los requerimientos para LCI.<br>* Presentación del presupuesto detallado a LCI.<br>* Solicitud de desembolso a LCI | | |
| Semana 1 (10 de agosto a 16 de septiembre) | * Recepción del primer desembolso por parte de LCI.<br>* Cotización de equipos técnicos (preguntar con cuanto tiempo de anticipación de tienen que solicitar los equipos y el monto requerido para la reserva).<br>* Entrega primer artículo a LCI. | * Recepción del primer desembolso por parte de LCI.<br>* Cotización de equipos técnicos (preguntar con cuanto tiempo de anticipación de tienen que solicitar los equipos y el monto requerido para la reserva).<br>* Entrega primer artículo a LCI. | * Recepción del primer desembolso por parte de LCI.<br>* Cotización de equipos técnicos (preguntar con cuanto tiempo de anticipación de tienen que solicitar los equipos y el monto requerido para la reserva).<br>* Entrega primer artículo a LCI. | * Distribución de recursos monetarios entre las líderes de equipo (Producción, arte, técnico).<br>* Generar una base de datos con las empresas a contactar según cada una de las empresas.<br>* Cotización de equipos técnicos (preguntar con cuanto tiempo de anticipación de tienen que solicitar los equipos y el monto requerido para la reserva). | * Recepción del primer desembolso por parte de LCI.<br>* Distribución de recursos monetarios entre los líderes de equipo (Producción, arte, técnico).<br>* Cotización de equipos técnicos (preguntar con cuanto tiempo de anticipación de tienen que solicitar los equipos y el monto requerido para la reserva). | | |
| Semana 2 (17 de septiembre al 23 de septiembre) | * Reserva de espacios y equipos en LCI para las fechas del evento (incluyendo fecha de montaje) (solicitar espacio de bodegaje).<br>* Contactar con las posibles empresas y personas que puedan abrir vínculos de prácticas en LCI.<br>* Compra de materiales para la construcción de escenografía. | * Búsqueda de opciones de alimentación para el evento.<br>* Búsqueda de opciones de bandas para realizar la música ambiente del evento.<br>* Contactar con las posibles empresas y personas que puedan abrir vínculos de prácticas en LCI.<br>* Compra de materiales para la construcción de escenografía. | * Búsqueda de opciones de alimentación para el evento.<br>* Búsqueda de opciones de bandas para realizar la música ambiente del evento.<br>* Contactar con las posibles empresas y personas que puedan abrir vínculos de prácticas en LCI.<br>* Compra de materiales para la construcción de escenografía. | * Búsqueda de opciones de alimentación para el evento.<br>* Búsqueda de opciones de bandas para realizar la música ambiente del evento.<br>* Solicitud de los trabajos físicos y digitales a los participantes.<br>* Inicio de construcción de escenografía.<br>* Diseño invitaciones formales al evento. | * Definición de la mejor opción para la alimentación en el evento.<br>* Definición de la mejor banda para llamar al evento.<br>* Solicitud de los trabajos físicos y digitales a los participantes.<br>* Construcción de escenografía.<br>* Diseño invitaciones formales al evento. | * Consecución alimentación (Reservar fecha, pero no se podría dar abono sino hasta la semana 3).<br>* Consecución y reserva en agenda para la banda en vivo.<br>* Solicitud de los trabajos físicos y digitales a los participantes.<br>* Construcción de escenografía.<br>* Diseño invitaciones formales al evento. | |
| Semana 3 (24 de septiembre al 30 de septiembre) | * Consecución alimentación.<br>* Consecución y reserva en agenda para la banda en vivo.<br>* Construcción de escenografía.<br>* Inicio de movimiento y difusión del evento (generando expectativa).<br>* Envío de invitaciones formales a los participantes, empresas y asistentes (medio digital). | * Recepción de trabajos a exponer.<br>* Construcción de escenografía.<br>* Movimiento y difusión del evento (generando expectativa). | * Recepción de trabajos a exponer.<br>* Construcción de escenografía.<br>* Movimiento y difusión del evento (generando expectativa). | * Recepción de trabajos a exponer.<br>* Construcción de escenografía.<br>* Movimiento y difusión del evento (generando expectativa).<br>* Realización de planimetrías de los espacios a utilizar. | * Recepción de trabajos a exponer.<br>* Construcción de escenografía.<br>* Movimiento y difusión del evento (generando expectativa).<br>* Realización de planimetrías de los espacios a utilizar. | * Recepción de trabajos a exponer.<br>* Construcción de escenografía.<br>* Movimiento y difusión del evento (generando expectativa).<br>* Definición de cantidad de equipos técnicos externos requeridos para el evento (iluminación y sonido). | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Semana 4 (1 de octubre al 7 de octubre) | * Solicitud de segundo y último desembolso destinado al área de gastronomía de LCI<br>* Reserva de equipos técnicos externos (incluyendo fechas de montaje y desmontaje) (Si la reserva debe hacerse con un abono esta debe hacerse después de recibir el segundo desembolso).<br>* Construcción de escenografía. | * Reserva de equipos técnicos externos (incluyendo fechas de montaje y desmontaje) Si la reserva debe hacerse con un abono esta debe hacerse después de recibir el segundo desembolso).<br>* Construcción de escenografía. | * Recepción del segundo y último desembolso destinado al área de gastronomía de LCI.<br>* Construcción de escenografía.<br>* Realización del segundo artículo señalando de qué se trata el evento. | * Contratación de servicio de alimentación con primer abono.<br>* Entrega de últimos recursos monetarios al departamento de arte.<br>* Compra de últimos elementos de arte.<br>* Ensayo de espacios y adecuación para los distintos trabajos.<br>* Realización del segundo artículo señalando de qué se trata el evento. | * Reserva de camión para el transporte de equipos técnicos.<br>* Ensayo de espacios y adecuación para los distintos trabajos.<br>* Compra de últimos elementos de arte.<br>* Realización del segundo artículo señalando de qué se trata el evento. | * Construcción de escenografía.<br>* Realización del segundo artículo señalando de qué se trata el evento.<br>* Diseño de piezas gráficas como banner y catálogo. | |
| Semana 5 ( 8 de octubre al 14 de Octubre) | * Construcción de escenografía.<br>* Anuncio detallado de las características del evento en redes y envío del segundo artículo para su publicación en la página de LCI.<br>* Diseño de piezas gráficas como banner y catálogo. | * Construcción de escenografía.<br>* Anuncio detallado de las características del evento en redes y envío del segundo artículo para su publicación en la página de LCI.<br>* Diseño de piezas gráficas como banner y catálogo. | * Construcción de escenografía.<br>* Anuncio detallado de las características del evento en redes y envío del segundo artículo para su publicación en la página de LCI.<br>* Diseño de piezas gráficas como banner y catálogo. | * Anuncio detallado de las características del evento en redes y envío del segundo artículo para su publicación en la página de LCI.<br>* Mandar a hacer las impresiones de elementos gráficos para el evento.<br>* Realización de planillas y formatos para el día del evento. | * Anuncio detallado de las características del evento en redes y envío del segundo artículo para su publicación en la página de LCI.<br>* Mandar a hacer las impresiones de elementos gráficos para el evento.<br>* Realización de planillas y formatos para el día del evento. | * Anuncio detallado de las características del evento en redes y envío del segundo artículo para su publicación en la página de LCI.<br>* Mandar a hacer las impresiones de elementos gráficos para el evento.<br>* Realización de planillas y formatos para el día del evento. | |
| Semana 6 (15 de octubre al 21 de octubre) | * Impresión de planillas y formatos de registro del evento. | * Impresión de planillas y formatos de registro del evento.<br>* Recepción de piezas gráficas impresas. | * Impresión de planillas y formatos de registro del evento.<br>* Recepción de piezas gráficas impresas. | * Impresión de planillas y formatos de registro del evento.<br>* Recepción de piezas gráficas impresas. | * Transporte de equipos técnicos externos.<br>* Transporte de alimentación.<br>* Pago servicio de alimentación.<br>* Montaje del evento. | * Realización del evento EL ESCAPARATE | * Desmontaje de escenografía.<br>* Devolución de equipos técnicos externos. |
| Semana 7 (22 de octubre al 28 de octubre) | * Devolución de trabajos a los participantes. | * Devolución de trabajos a los participantes. | * Devolución de trabajos a los participantes. | * Devolución de trabajos a los participantes. | * Devolución de trabajos a los participantes. | * Devolución de trabajos a los participantes. | |

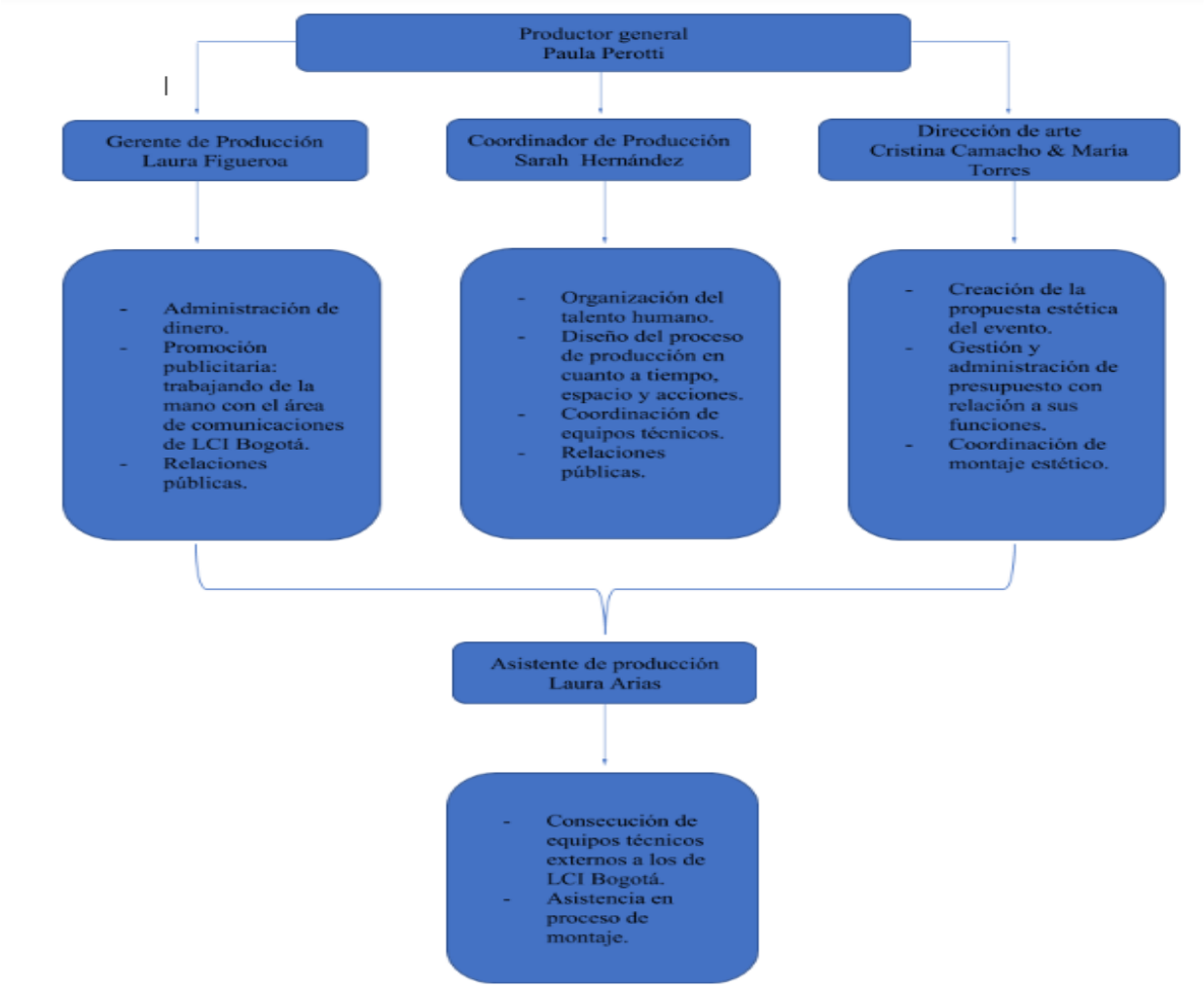
- Anexo 3 Minuto a minuto del día del evento

| CRONOGRAMA MINUTO A MINUTO | | | |
|---|---|---|---|
| **HORA** | **LUGAR** | **ACTIVIDAD** | **RESPONSABLES** |
| 7:00 | Lobby | Encuentro de personal (producción) | Todas |
| 7:30 | Lobby | Encuentro de personal (producción & técnicos) | Todas |
| 8:00 | Lobby | Entrega de instrucciones de montaje e itinerario | Todas |
| 8:30 | Lobby | Conteo inicial de inventario | Laura F. Y Sarah |
| 9:00 | Bodega | Transporte de escenografía, ambientación y utilería a 5to piso | Todas |
| 9:30 | Bodega | Inicio de montaje | Todas |
| 10:00 | Bodega | Montaje de elementos de gran formato (paneles/ letreros/banners/telas para oscurecer) | Todas |
| 10:30 | 5to piso | Montaje de elementos de gran formato (paneles/ letreros/banners/telas para oscurecer) | Todas |
| 11:00 | 5to piso | Montaje de elementos de pequeño formato (mesas/ sillas/bancos) | Todas |
| 11:30 | 5to piso | Montaje de elementos de pequeño formato (mesas/ sillas/bancos) | Todas |
| 12:00 | 5to piso | Hora de almuerzo | Todas |
| 12:30 | 5to piso | Hora de almuerzo | Todas |
| 13:00 | 5to piso | Hora de almuerzo | Todas |
| 13:00 | Lobby & 5to piso | Se reciben expositores y modelos | Laura F. & María H |
| 13:00 | 5to piso | Prueba de equipos técnicos sala de proyección | Laura Arias |

**¿Quién?**

Las estudiantes Sarah Hernández, Cristina Camacho, Laura Figueroa, María Helena Torres y Laura Arias, pertenecientes al programa Producción Escénica y Visual de sexto cuatrimestre, crean este evento con el objetivo de atraer personas y empresas interesadas en conocer los procesos de los estudiantes para crear nuevos vínculos laborales y reconocimiento en la comunidad estudiantil. De esta manera, los estudiantes de la institución y en especial aquellos que expongan sus trabajos, serán los actores principales generando mayor recordación y flujo de personas interesadas en LCI.

**Organigrama**



## ¿Con que?

Contamos con el apoyo de la fundación tecnológica LCI Bogotá, quienes aportarán la suma de 5’000.000 (cinco millones de pesos), que serán distribuidos en costos de preproducción (diseño de imagen del evento, diseño e impresión de tarjetas de invitación, diseño e impresión de catálogo) , producción (utilería, escenografía, ambientación, alimentación y transportes) y posproducción (desmontaje y transportes).

## Presupuesto

Presupuesto

**PRESUPUESTO PROYECTO DE GRADO "EL ESCAPARATE"**

| | | |
|---|---|---|
| **FECHA:** | Sábado 20 de Octubre | Sábado 20 de Octubre |
| **AGENCIA:** | **LCI** | |
| **PRODUCTO:** | Evento EL ESCAPARATE | |
| | - | **INTEGRANTES: Laura Arias, Laura Figueroa, María Helena Torres, Cristina Camacho, Sarah Hernández** |
| | - | |
| **TOTAL DIAS** | 1 | |

**A. PRODUCCIÓN**

| 1. | COSTOS DE PRE-PRODUCCIÓN | Cant. | Días | Vr. Unit. | Valor | Responsable |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1.1 | DISEÑO IMAGEN DEL EVENTO | 1 | | $ 0 | $ - | Sarah/Laura F |
| 1.2 | DISEÑO TARJETAS DE INVITACIÓN | 1 | | $ 0 | $ - | Sarah/Laura F |
| 1.3 | IMPRESIÓN INVITACIONES | 60 | | $ 3.500 | $ 210.000 | Sarah/Laura F |
| 1.4 | IMPRESIÓN BANNER | 2 | | $ 140.000 | $ 280.000 | Sarah/Laura F |
| 1.5 | DISEÑO CATÁLOGO | 1 | | $ 100.000 | $ 100.000 | Sarah/Laura F |
| 1.6 | IMPRESIÓN DE CATÁLOGO | 160 | | $ 2.000 | $ 320.000 | Sarah/Laura F |
| | | **SUBTOTAL - 1** | | | **$ 910.000** | |

| 2. | ESCENOGRAFIA | Cant. | Días | Vr. Unit. | Valor | Responsable |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 2.1 | NYLON | 2 | 1 | $ 9.000 | 18.000 | María Helena & Cristina |
| 2.2 | VINILO | 30 | 1 | $ 12.000 | 360.000 | María Helena & Cristina |
| 2.3 | PUNTILLAS | 1 | 1 | $ 11.000 | 11.000 | María Helena & Cristina |
| 2.4 | PAPEL CELOFAN | 5 | 1 | $ 50.000 | 250.000 | María Helena & Cristina |
| 2.5 | CINTA DE ENMASCARAR | 1 | 1 | $ 10.000 | 10.000 | María Helena & Cristina |
| 2.6 | CINTA TRANSPARENTE | 3 | 1 | $ 8.000 | 24.000 | María Helena & Cristina |
| 2.7 | LAMINAS DE MDF | 3 | 1 | $ 35.000 | 105.000 | María Helena & Cristina |
| 2.8 | GUALLA | 30 | 1 | $ 2.400 | 72.000 | María Helena & Cristina |
| 2.9 | PLATINAS | 20 | 1 | $ 3.000 | 60.000 | María Helena & Cristina |
| 2.10 | LYCRA | 30 | 1 | $ 8.000 | 240.000 | María Helena & Cristina |
| 2.11 | LUCES DE JARDIN | 1 | 1 | $ 250.000 | 250.000 | María Helena & Cristina |
| 2.12 | INSTALADOR | 1 | 1 | $ 100.000 | 100.000 | María Helena & Cristina |
| | | **SUBTOTAL - 2** | | | **$ 1.500.000** | |

| 3. | AMBIENTACIÓN | Cant. | Días | Vr. Unit. | Valor | Responsable |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 3.1 | COMPRA | | | | | |
| 3.2 | ALQUILER (Mesas sillas y mantelería) | | | | $ 0 | **LCI** |
| | | **SUBTOTAL – 3** | | | **$ -** | |

| 4. | ESTUDIO - LOCACIONES- EQUIPOS | Cant. | Días | Vr. Unit. | Valor | Responsable |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 4.1 | LOCACIÓN | | | | $ - | LCI |
| 4.2 | LUCES PUNTUALES | 15 | | | | Laura Arias |
| 4.3 | LUCES TERRZA | 9 | | | - | |
| 4.4 | LUCES ROBÓTICAS | 3 | | | | |
| 4.5 | SONIDO | | | | | |
| | | **SUBTOTAL - 4** | | | **$ 1.000.000** | |

| 5. | ALIMENTACIÓN | Cant. | Días | Vr. Unit. | Valor | Responsable |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 5.1 | PASABOCAS | 200 | | $ 3.500 | $ 600.000 | María Helena |
| 5.2 | REFRIGERIOS EQUIPO PRODUCCIÓN | 50 | | $ 4.000 | 200.000 | María Helena |
| 5.3 | AGUA | 200 | | $ 700 | 140.000 | María Helena |
| 5.4 | LICOR | 200 | | $ 2.500 | 500.000 | María Helena |
| | | **SUBTOTAL - 5** | | | **$ 1.440.000** | |

| 6. | TRANSPORTES | Cant. | Días | Vr. Unit. | Valor | Responsable |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 6.1 | TRANSPORTE PRE PRODUCCIÓN | | | | | Sarah/Laura F |
| 6.2 | TRANSPORTE ALMINETACIÓN | | | | 50.000 | Sarah/Laura F |
| 6.3 | TRANSPORTE EQUIPO TÉCNICO | 2 | 2 | | | Sarah/Laura F |
| 6.4 | TRANSPORTE PERSONAS ARTE Y TÉCNICO | 8 | 1 | $ 12.000 | 100.000 | Sarah/Laura F |
| | | **SUBTOTAL - 6** | | | **$ 150.000** | |

## ¿Cómo?

Se realizó una revisión bibliográfica que tuviese relación con el proyecto para tener en cuenta la forma de ejecución, los obstáculos y sugerencias de acuerdo con la consideración de distintos autores que investigaron en el área cultural.

Dado que muchos de estos trabajos se conectan en temas similares, especialmente en la necesidad de hacer planes de preproducción, de gestión y difusión, este equipo de trabajo se dividió según los siguientes roles.

- Productora general: Paula Perotti
- Gerente de producción: Laura Figueroa
- Coordinadora de producción: Sarah Hernandez
- Asistente de producción: Laura Arias
- Dirección de arte: Cristina Camacho y Maria Helena Torres

Por medio de una reunión con Paula Perotti (directora) Daniel Mora (encargado de bienestar) y María del Pilar Garciaherreros Morelli (encargada de egresados) se logró una gestión de $ 5 000 000 financiados por LCI Bogotá para el desarrollo del evento, es por esta razón que se coloca a Paula Perotti como productora general del evento.

Al igual que con las actividades y tareas, se dividieron las distintas carreras de la institución y se asignaron responsables de ir a hablar con los directores de cada programa académico para solicitar su ayuda al momento de contactar egresados y estudiantes destacados. De igual forma se les solicitó un listado de empresas con las que les gustaría poder crear un convenio de prácticas en el futuro.

- Cristina y Maria Helena: Técnico Profesional en Pastelería y Panadería, Tecnología en Producción Fotográfica e Tecnólogo en Gestión de Industrias Creativas.
- Laura Figueroa: Tecnología en Diseño y Patronaje de Modas y Tecnología en Diseño de Interiores
- Sarah Hernández: Tecnólogo en Producción Gráfica Digital y Tecnólogo en Producción Escénica y Visual

- Laura Arias: Técnico Profesional en Maquillaje Artístico y Tecnología en Mercadeo y Comunicación de la Moda

Con los profesores, estudiantes y egresados que respondieron a esta solicitud se pudo realizar una curaduría de los trabajos que pudiesen ser presentados en el evento.

Finalmente, se solicitó una cita con el departamento de comunicaciones para poder empezar a distribuir la información sobre el evento y se realizó una reunión con la encargada de los espacios y logística en la universidad.

## 11.5 Propuesta de arte (construcción y resultados)

Para realizar el diseño escenográfico de EL ESCAPARATE se estableció el presupuesto con el que contaría el departamento de arte. A partir de este precepto se desarrollaron una serie de propuestas en clase, partiendo como idea inicial la disposición de paneles en acetato de varios colores de 2 metros por 2 metros en el espacio destinado para realizar el evento. Partiendo de esta propuesta, se realizaron algunas cotizaciones y la búsqueda de los materiales requeridos.

Sin embargo, durante el reconocimiento del espacio en el cual se realizaría el evento, se hallaron, junto con el equipo de producción, inconvenientes en la disposición de dichos paneles debido a la arquitectura y a la luz del espacio. En respuesta de ello se reconsideró la propuesta y se transformaron dichos paneles en bastidores deconstruidos respetando las medidas iniciales.

Es entonces como se estableció un diseño que conviniera al espacio y al diseño del evento; para lo cual se requirió realizar una serie de cotizaciones en las que se hizo notorio que el presupuesto acordado en un principio fue algo precario para los materiales que se necesitaban, debido a la complejidad de los mismos.

Se inició la construcción de los bastidores realizando los módulos cuadrados en estructuras separadas, para facilitar el transporte de las mismas debido a su tamaño. Se compraron palos en madera chingale y posteriormente se pintaron de negro, simultáneamente se realizaron las letras dispuestas en el primer piso con el nombre del evento las cuales estaban hechas con base en cartón y vasos de 8 onzas para garantizar su volumen

En este punto de la construcción hubo un inconveniente con los acrílicos, ya que los materiales tenían un costo muy elevado. Debido a esta situación, se tomó la decisión de comprar el acrílico transparente para imprimir los colores establecidos en el diseño (proceso que se realizó en una empresa especializada en publicidad).

En consecuencia, se presentaron diversos contratiempos de último momento para la entrega del material por parte de la imprenta publicitaria, lo cual afectó el cronograma inicial para realizar el montaje y retrasó un día el ensamble de los bastidores en la sede de LCI.

De manera complementaria, en la sala de cortos se distribuyeron telas de color e implementos que ambientaron el espacio de manera serena en concordancia con la propuesta general.

# 12 PRE-PRO-POS PRODUCCIÓN DE EL ESCAPARATE

El equipo de EL ESCAPARATE, como bien se señaló anteriormente, estuvo dividido entre las labores de producción y dirección de arte. De esta manera, la exposición del proceso llevado a cabo en cada una de las etapas de producción será descrita de manera independiente para cada una de estas áreas y, así mismo, se incluirá un apartado en donde se evidenciarán momentos en que no era posible dividir el trabajo por áreas y fue necesario que la totalidad del equipo ejerciera la misma labor.

## 12.1 Preproducción

### *Dirección de arte*

Durante esta etapa, el trabajo del equipo de arte se centró en el diseño y conceptualización de una propuesta estética que presentara a EL ESCAPARATE desde una mirada transversal e institucional. Por esta razón, se seleccionó el color como elemento unificador de los programas de LCI Bogotá, en tanto el arte y el diseño necesitan en primera medida pasar por el proceso de una selección de color, incluso, para cuando se decide no utilizar este elemento.

De esta manera, se presentaron ante el equipo los referentes expuestos en capítulos anteriores, lo cuales recibieron inmediata aprobación. El juego de la luz y del color se convirtió entonces también en algo esencial para esta prueba piloto de EL ESCAPARATE en tanto permitiría no solo ver el color, sino crear una atmósfera y una experiencia a través de ello.

Una vez fue escogido el espacio exacto en el que se llevaría a cabo el evento se procedió a hacer toma de medida y levantamiento de planos para poder ubicar

espacialmente tanto el diseño de arte como a los expositores. Igualmente, esto planos se utilizaron para realizar renders de la propuesta planteada para ser presentados ante el departamento de comunicaciones y obtener el visto bueno sobre el proyecto.

En conjunto con lo anterior, se realizaron las cotizaciones respectivas para conseguir la producción de los paneles propuestos. Esta cotización dio como resultado final el total de $1 500 000. Siendo así, esta suma se incorporó al presupuesto base que fue presentado ante la rectora de la institución con el fin de obtener financiación sobre el evento.

No obstante, pretender que el diseño y la creación sean elementos estáticos puede considerarse incluso pretencioso a la hora de generar cualquier tipo de producción. Por esta razón, tiempo después de que este fue planteado comenzó a tener algunos cambios en su concepción, inicialmente por cuestiones de carácter espacial y utilitario, y posteriormente por el interés particular de crear una mejor versión de la propuesta.

Así, el trabajo de construcción fue aplazado y el de diseño continuó llevándose a cabo. Por su puesto, esto alteró fechas del cronograma en las que se estipulaba que debían hacerse pruebas de escenografía en el espacio y demás. De igual manera, el presupuesto varió definitivamente ante esta propuesta debido a que ahora había nuevos materiales requeridos, mayor cantidad de tonalidades, y las estructuras constaban de una realización más compleja. En este punto fue necesario atrasar el cronograma de entrega de las estructuras hasta el día del evento y fue imperativo el trabajo de una persona externa que conociera mucho mejor el manejo de material para así lograr eficiencia en el corto periodo de tiempo.

***Producción***

El equipo de producción, por su parte, se enfocó en recolectar las cotizaciones necesarias que abarcaran cuestiones importantes a tener en cuenta como el arte, el servicio de alimentación, el transporte, los equipos técnicos, los servicios de impresión digital y los imprevistos. De esta manera, se obtuvo el presupuesto base del evento y fue presentado ante la rectora Paula Perotti.

Por otro lado, se realizó el trabajo de organización de las tareas de cada uno de los integrantes del equipo tanto en lo correspondiente al trabajo escrito como al trabajo de ejecución alrededor del evento. Para ello, se realizó un cronograma del proyecto en el que se especificaron cada una de las actividades a realizar en las tres etapas y su relación con los objetivos específicos de la investigación. También, se diseño el cronograma de preproducción en el cual se establecieron tareas semanales según el área de trabajo del evento. La fecha límite establecida en este fue previa al 05 de octubre ya que este día fue seleccionado en común acuerdo con la rectora de LCI Bogotá, con el coordinador del área de Bienestar Institucional, y con la coordinadora del área de Egresados de la institución.

Ahora bien ¿cómo se presentó el proyecto y qué ocurrió? El día en que EL ESCAPARATE fue presentado ante las tres personalidades anteriormente señaladas, se pronunció un discurso breve por parte de la gerente de producción del equipo el cual fue respaldado por la totalidad del equipo allí presente. Sobre este, la rectora destacó rápidamente un elemento que se convertiría, en adelante, en el eje conductor del evento; la intención de abordar el tema de prácticas en la institución. En sus palabras, este objetivo era importante debido a que no existía nada parecido en la institución, lo que implicaba poca organización en cuanto a los requisitos y exigencias en los convenios.

A partir de ello, se tomó la decisión de direccionar el objetivo general del proyecto hacia la creación de este evento como un espacio o puente para propiciar convenios de prácticas entre la institución y empresas del medio laboral. De esta manera, se realizó la aprobación del presupuesto por parte de Perotti y se puso en marcha la gestión de estos recursos y de las conexiones que se pretendían realizar entre el equipo de EL ESCAPARATE y quienes pertenecen a distintas áreas directivas, administrativas, y de alumnado en LCI.

Posteriormente, en cuanto a labores de producción, se comenzaron a realizar bases de datos con las empresas que se consideró que podrían estar interesadas en generar convenios con LCI Bogotá y sus programas. Estas bases de datos fueron entregadas al departamento de comunicaciones dado que las había solicitado para gestionar las invitaciones y demás. Aun así, esta tarea se perdió un poco en cuanto a su responsable y el equipo de EL ESCAPARATE asumió la responsabilidad de gestionar las invitaciones a las empresas. Ya que este trabajo se consideró desde un principio como una labor propia de comunicaciones, en los cronogramas de producción no se dio mayor cobertura a esta tarea, por esta razón, fue necesario asumirla por lo que los tiempos de producción comenzaron a ser más cortos y se centraron el trabajo de gestión y difusión.

Aun así, es innegable que esta labor fue compleja de solucionar debido primero, a cuestiones como el desconocimiento por parte interna sobre cómo llevar a cabo labores de mercadeo y marketing, y segundo, dado que el apoyo de la universidad solo se veía reflejado en la aparición del logo en la tarjeta de invitación, lo que dificultaba la credibilidad e interés de las empresas sobre el proyecto. Por su parte, el director del departamento de comunicaciones dio su apoyo con el diseño del logo y de las invitaciones,

y señaló constantemente la necesidad de generar una amplia base de datos para obtener el mínimo de público esperado.

Este trabajo intentó ser desarrollado de manera óptima entre 100 empresas; sin embargo, a pesar de que se realizaron entregas de cartas con la explicación del proyecto, entrega de invitaciones, visitas presenciales y envíos de correos electrónicos, la respuesta no superó el 15 %. De hecho, la tarea fue aún más compleja al enfrentar el hecho que de las 30 empresas del medio que se visitaron presencialmente, ninguna reconocía la institución LCI Bogotá. Además, debido a la falta de tiempo, dado que había aun más tareas por desarrollar entre las cinco integrantes del equipo y gracia a que el presupuesto no podía excederse en cuestiones como transportes y demás, el proceso de gestión no pude ser 100% riguroso lo que evidenció inmediatamente la necesidad de contar con más personas en el equipo que se encargaran de manera exclusiva de esa tarea.

***Equipo EL ESCAPARATE***

Una vez se dio vía libre al proyecto, comenzaron a ponerse en marcha la mayor parte de las tareas consignadas en los cronogramas del proyecto y de preproducción. El punto más importante que vale la pena resaltar de este proceso fueron las reuniones con directores y coordinadores de programa para presentarles EL ESCAPARATE, esto, a partir de la solicitud de su colaboración en cuestiones de sugerencias sobre estudiantes o egresados que consideraran que podrían participar en él. Como bien se expuso en un capítulo anterior, este proceso no se sencillo con todas las directivas, de hecho, fue un proceso que tomó mucho más tiempo del previsto en cronogramas debido a la falta de tiempo o de interés de algunas de estas personas.

De esta manera, se generó la dificultad de tener listos y confirmados los trabajos de estudiantes y egresados de algunos programas, pero de no contar con absolutamente ninguno en otros casos. Igualmente, se esperaba contar con al menos ocho propuestas de cada programa para poder generar una curaduría y así asegurar la presentación de los mejores trabajos en el evento; no obstante, en algunos casos lo máximo que se obtuvieron fueron las propuestas de dos estudiantes razón por la cual, a pesar de que sí se revisó su calidad, no fue posible comparar si existían o no mejores proyectos.

Finalmente, esta labor fue compleja hasta contadas horas de iniciar el evento, debido que personas que habían confirmado previamente, cancelaron de manera espontánea el día antes o el mismo día. Situaciones como esta exigieron muchas veces tener que aplazar tareas del cronograma para agendar nuevas citas y buscar una y otra vez tanto a estudiantes como directivas.

En suma, todos estos contratiempos, tanto de arte, producción y de la respuesta misma por parte de algunos agentes de la institución, “obligaron” a tomar la decisión de reagendar la fecha del evento para el día sábado 20 de octubre. Así, todas las integrantes del equipo debieron realizar, además de sus funciones previstas y organizadas, trabajo de gestión, producción y el día del montaje, de arte.

**12.2 Producción**

Esta etapa se ejecutó en tres días. Dos días fueron de montaje, incluido el día de realización del evento, y el día siguiente fue de desmontaje.

***Dirección de arte***

El equipo de dirección de arte logró hacer entrega de la escenografía prevista el día 20 de octubre a primeras horas de la mañana. Ese día, se utilizó la mayor parte de la mañana para realizar la adecuación de los espacios y realizar el ensamblaje de los módulos que representarían la imagen de EL ESCAPARATE. Para esta tarea fue necesario contar con una persona extra que era experta en el manejo de herramientas y en construcción, para poder realizar el proceso de manera ágil y óptima.

Se tenía previsto realizar el montaje de unas telas en el techo de uno de los salones reservados para generar una atmósfera distinta, empero, esto no fue posible debido a que ninguna contaba con curso de altura y los técnicos de LCI se hallaban sin licencia en ese momento. Así, fue necesario repensar la idea y se optó por utilizar un concepto similar, pero en el piso de la sala de proyección.

Posteriormente se instaló la estructura en el lobby de la institución en la cual se ensambló el nombre de EL ESCAPARATE. Esto con la intención de generar una primera imagen de bienvenida a los asistentes al evento.

Finalmente, el equipo de arte tuvo a su cargo la tarea de acomodar y distribuir a la mayor parte de expositores. Aun así, todos ellos tenían previsto su espacio y su exposición razón por la cual no fue requerido un gran tiempo de montaje de los mismos.

***Producción***

En primera instancia, y para la correcta elaboración del montaje, se realizó en siguiente cronograma minuto a minuto del evento.

| CRONOGRAMA MINUTO A MINUTO | | | |
|---|---|---|---|
| **HORA** | **LUGAR** | **ACTIVIDAD** | **RESPONSABLES** |
| 7:00 | Lobby | Encuentro de personal (producción) | Todas |
| 7:30 | Lobby | Encuentro de personal (producción & técnicos) | Todas |
| 8:00 | Lobby | Entrega de instrucciones de montaje e itinerario | Todas |
| 8:30 | Lobby | Conteo inicial de inventario | Laura F. Y Sarah |
| 9:00 | Bodega | Transporte de escenografía, ambientación y utilería a 5to piso | Todas |
| 9:30 | Bodega | Inicio de montaje | Todas |
| 10:00 | Bodega | Montaje de elementos de gran formato (paneles/ letreros/banners/telas para oscurecer) | Todas |
| 10:30 | 5to piso | Montaje de elementos de gran formato (paneles/ letreros/banners/telas para oscurecer) | Todas |
| 11:00 | 5to piso | Montaje de elementos de pequeño formato (mesas/ sillas/bancos) | Todas |
| 11:30 | 5to piso | Montaje de elementos de pequeño formato (mesas/ sillas/bancos) | Todas |
| 12:00 | 5to piso | Hora de almuerzo | Todas |
| 12:30 | 5to piso | Hora de almuerzo | Todas |
| 13:00 | 5to piso | Hora de almuerzo | Todas |
| 13:00 | Lobby & 5to piso | Se reciben expositores y modelos | Laura F. & María H |
| 13:00 | 5to piso | Prueba de equipos técnicos sala de proyección | Laura Arias |
| 13:30 | 5to piso | Prueba de equipos técnicos sala de proyección | Laura Arias |
| 14:00 | 5to piso | Prueba de equipos técnicos sala de proyección | Laura Arias |
| 14:00 | Lobby & 5to piso | Se reciben expositores y modelos | Laura F. & María H |
| 14:00 | 5to piso | Prueba equipos técnicos (computadores y televisores) | Laura Arias |
| 14:30 | 5to piso | Prueba equipos técnicos (computadores y televisores) | Laura Arias |
| 15:00 | 5to piso | Prueba equipos técnicos (computadores y televisores) | Laura Arias |
| 14:30 | Lobby & 5to piso | Se recibe catering | Sarah |
| 15:00 | Lobby & 5to piso | Se recibe catering | Sarah |
| 15:00 | 5to piso | Prueba luces internas y externas | Laura Arias |
| 15:30 | 5to piso | Prueba luces internas y externas | Laura Arias |
| 16:00 | 5to piso | Prueba luces internas y externas | Laura Arias |
| 15:00 | Lobby & 5to piso | Arreglo de imprevistos arte | Cristina & María H |
| 15:30 | Lobby & 5to piso | Arreglo de imprevistos arte | Cristina & María H |
| 16:00 | 5to piso | Arreglo de imprevistos arte | Cristina & María H |
| 16:00 | 5to piso | Refrigerios expositores, modelos y equipo | Sarah & Laura F |
| 16:30 | 5to piso | Refrigerios expositores, modelos y equipo | Sarah & Laura F |
| 16:30 | 5to piso | Limpieza general | Todas |
| 17:00 | Lobby | Recibimiento de invitados (se abren puertas) | Todas |
| 17:30 | 5to piso | Discurso de lanzamiento del evento a cargo de estudiantes de Producción Escénica y Visual de último cuatrimestre acompañado de un brindis | Todas |
| 17:45 | 5to piso | Interacción entre expositores, empresas y directores de carrera | Todas |
| 18:00 | 5to piso | Interacción entre expositores, empresas y directores de carrera | Todas |
| 18:30 | 5to piso | Show de cierre Saraviado (guitarra/ voz/ bailarina) | Laura Arias & Cristina |
| 19:00 | 5to piso | Interacción entre expositores, empresas y directores de carrera | Todas |
| 19:30 | 5to piso | Show de cierre Lizandro Octavo (Guitarra/ caja española/ voz) | Laura Arias & Laura Figueroa |
| 20:00 | 5to piso | Interacción entre expositores, empresas y directores de carrera | Todas |
| 20:30 | 5to piso | Finalización del evento (se cierran puertas a público) | Todas |
| 21:00 | Lobby | Desmontaje y almacenamiento en bodega | Todas |
| 21:30 | Lobby | Desmontaje y almacenamiento en bodega | Todas |
| 22:00 | Bodega | Conteo final de inventario | Laura F. Y Sarah |
| 21:30 | Bodega | Conteo final de inventario | Laura F. Y Sarah |
| 22:00 | Bodega | Salida de personal | Todas |

El trabajo de producción comenzó un día antes debido a que fue necesario dejar lista cuestiones como la autorización de ingreso de las 5 personas que iban a ayudar en la logística del evento y el listado de invitados con la entrega de manillas de identificación para el ingreso. También, fue necesario trasladar todos los elementos solicitados a LCI Bogotá de la bodega al quinto piso, esto, con la ayuda del personal de mantenimiento de la

institución. Una vez esto elementos fueron acomodados en un salón para que no interrumpieran las actividades académicas fue necesario esperar hasta el siguiente día para poder comenzar a desarrollar el proceso de adecuación de espacios debido a que dos de los lugares requeridos eran salones, lo que hacía primordial que no se estuviese dictando clase en ninguno de ellos como requisito indispensable de la institución.

De esta forma, el día de montaje, además de apoyar en algunas cuestiones de arte, se dedicó al traslado de otros elementos que había en el taller de la sede al igual que a la acomodación de equipos técnicos solicitados a IT. De igual forma, los espacios se organizaron de manera que se obtuviera la estética deseada y se procedió a hacer la organización de las mesas expositoras y elementos solicitados por los estudiantes y egresados asistentes.  Los equipos de iluminación y de sonido se contrataron a través de una empresa externa que además aseguraba el montaje y desmontaje de las mismas permitiendo acelerar el proceso de trabajo.

Durante esta jornada, se repartieron refrigerios e hidratación a todos los colaboradores logísticos. La última tarea desempeñada antes del inicio del evento fue montar la mesa de dulces que integraba cupcackes y una muestra del programa de panadería y pastelería. Para este momento comenzaron a ingresar los asistentes del evento lo que causo confusión tanto en el equipo de EL ESCAPARATE como en los expositores. La orden de no dar ingreso a los invitados hasta que no se hiciera el discurso de presentación del evento en el primer piso, no se había dado.

Esta situación implicó que no se diera un buen primer paso ya que muchas personas comenzaron a observar a los expositores sin que estos supieran siquiera que estaban siendo observados. Así se les solicitó a los invitados bajar nuevamente al primer piso para esperar el discurso de bienvenida. Por supuesto, esto comenzó a generar un poco de intriga y

desconcierto sobre el evento y su organización, además, el servicio de Valet Parking ofrecido por LCI Bogotá, no funcionó de manera alguna lo que hizo que cuatro invitados se fueran y uno de ellos reclamara al equipo.

***Equipo EL ESCAPARATE***

Una vez estuvieron todos en el primer piso, se observó que media hora después de la citación para el evento no había más de veinte personas en el lobby, de las cuales, la gran mayoría, eran invitados personales del equipo o de los expositores. Esto generó un amiente tenso entre las integrantes de EL ESCAPARATE que, a pesar de que fue solucionado, no se hizo de la mejor manera. El discurso de bienvenida fue cancelado pues casi una hora después de la que debía ser la hora de inicio solo habían llegado un total de treinta personas. Pero esta razón se les dio ingreso a todos los asistentes al quinto piso. El equipo se distribuyó de manera que la gerente de producción y la asistente de producción estuviesen en el quinto piso, y la coordinadora de producción junto con el equipo de arte se mantuvieron en el primer piso esperando el ingreso de más invitados.

Dado que no se hizo ningún discurso que introdujera al público sobre el proyecto, y más aún, sobre el evento en sí, comenzó a hacerse visible que para los asistentes era confuso “qué tenían que hacer” o “a dónde tenían que ir”. Por esta razón se realizó una introducción rápida por parte de la gerente de producción sobre el evento y su cualidad de libre exploración. A partir de ello las personas comenzaron a generar sus propios recorridos según lo que les llamaba la atención y según los expositores que se interesaran a atraer al público. Los trabajos más reconocidos fueron los de los estudiantes de los programas de Tecnología en Gestión de Industrias Creativas, Tecnología en Producción Escénica y Visual y Técnico Profesional en Maquillaje Artístico.

Posterior a esto ingresaron un total de veinte personas más, lo que dio un total de cincuenta asistentes de los cuales diez fueron representantes del medio laboral que habían sido invitados o que llegaron por interés en el evento. De estos asistentes había personas relacionadas con la moda, el maquillaje, el diseño gráfico y la producción audiovisual; no obstante, únicamente se pudo establecer el vínculo entre el maquillista Leonardo Montaño y el coordinador de programa Willmar Castro puesto que este, además de Ana María Kamper, fue el único director de programa que asistió al evento.

El evento finalizó como se había presupuestado a las 8:30 p.m. A partir de esta hora se inició el desmontaje de iluminación y sonido y se agradeció a los asistentes por su interés en el evento. Previamente se hizo el ejercicio de recolectar opiniones respecto al evento entre algunas de estas diez personas representantes de empresas. Sus respuestas, por fortuna fueron en su mayoría críticas positiva, es decir, para nadie fue un secreto las falencias del evento, aun así, quienes llegaron a este se concentraron más que todo en la intención del mismo y opinaron sobre este como una muestra piloto con grandes elementos a explotar. Además, la mayor parte de los invitados respondió que sí les interesaría tener practicantes de los distintos programas de LCI Bogotá en sus empresas, lo cual, si bien puede no ser una realidad inmediata, ayuda a demostrar la importancia de estos espacios de exposición ante el medio laboral.

Al día siguiente, se realizó el ejercicio de desmontaje. Este trabajo fue realmente rápido en comparación con los dos días de montaje previos. Así, se organizaron todos los elementos pertenecientes a LCI en un salón, y se dejó el espacio del quinto piso tal y cómo fue entregado por la institución.

**12.3 Posproducción**

***Dirección de arte***

Como trabajo de posproducción el equipo de arte realizó la edición de un video que evidencia lo ocurrido en el evento de EL ESCAPARATE. Este video presenta fotografías del espacio, de los expositores y de los asistentes al igual que las entrevistas recolectadas con las opiniones finales del evento.

***Producción***

El equipo de producción se encargó de organizar todo lo referido al presupuesto para legalizar las facturas ante LCI Bogotá. Así mismo, diseñó y realizó el envío del catálogo digital del evento a los asistentes y no asistentes en pro de generar recordación o, como una estrategia más de abrir las puertas hacia el reconocimiento de la institución y sus estudiantes y egresados.

***Equipo EL ESCAPARATE***

Finalmente, el resultado de este proyecto escrito hace parte de un proceso de posproducción llevado a cabo por todo el equipo de EL ESCAPARATE. Para ello se realizaron múltiples reuniones en las que se expusieron los aciertos y desaciertos, las metas alcanzadas, las cosas por mejorar y los planteamientos que a futuro podrían entregar una versión más potente de EL ESCAPARATE. Así, en los capítulos que siguen se hace una breve discusión de resultados para abrir paso a las conclusiones y finalmente, a las recomendaciones que el equipo de investigación deja en evidencia, no solo para la repetición del evento sino también para comprensiones futuras sobre cómo pueden y deberían trabajar en conjunto quienes conformen la institución de LCI a fin de crear y sentar realmente una comunidad LCI.

# 13 DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Dentro de las problemáticas que tuvo que enfrentar EL ESCAPARATE podemos evidenciar la elección de fecha como una de las más importantes ya que pasó por 3 cambios, los cuales hicieron que se viera afectada la asistencia el día del evento tanto por parte de empresas como por parte de expositores ya que algunos de ellos ya tenían otros compromisos para la última fecha elegida. Del mismo modo, muchas empresas tienen horarios laborales de lunes a viernes por lo cual un sábado, al no ser un día laboral, no pueden obligar a sus empleados a asistir a esta clase de eventos; por tanto, se debería tener como consideración elegir un viernes en lugar de un sábado y ser más prudentes en cuanto a la elección de fechas para que sea una sola elección.

De igual manera, la asistencia esperada para el evento era de 150 personas de las cuales asistieron tan solo 50. Esto demuestra que el impacto entre la relación convocatoria y asistencia fue bastante bajo, hecho que puede llevar a considerar que si se realiza una estrategia de difusión y marketing que sea manejada exclusivamente por el área de comunicaciones podría pretender alcanzar unas metas mayores a las de este año.

Otro de los resultados favorables dentro de EL ESCAPARATE fue que los asistentes al evento pudieron percatarse de que la institución fomenta la transversalidad entre sus carreras. Este hecho puede ser evidenciado en una de las cortas entrevistas realizadas al diseñador Christian Colorado quien afirmó que los egresados de LCI Bogotá salen mejor preparados ya que también cuentan con la experiencia de conocer la tras escena de sus proyectos, lo que los hace más competentes, y por tanto, más apetecibles para el sector laboral.

En el caso tanto de expositores como de directores de carrera, estos son considerados como el eje central del evento, lo que implica que su presencia sea realmente importante

dentro del marco del evento. Se espera que en ediciones futuras su participación e interés fuera mayor en el trabajo de propuestas para la curaduría y en la asistencia al evento.

En conclusión, dentro de los resultados que se pueden apreciar de este evento piloto se destaca el hecho de que es un medio que permite que empresas y personas del medio laboral puedan conocer los trabajos de los estudiantes de LCI Bogotá y entender, de mejor manera, las funciones que podrían desempeñar dentro de sus empresas. Por otro lado, se considera también que la institución brindó un gran apoyo al proyecto en el área de rectoría; el departamento de comunicaciones estuvo constantemente al pendiente del avance del proyecto y, a pesar de que no se llevaron a cabo todas las acciones esperadas, se interesaron por el evento. De igual forma, los departamentos de servicios generales, IT, bienestar institucional y egresados apoyaron la idea que proyectó el evento aunque no se logró concretar una línea de trabajo en conjunto a excepción de servicios generales.

# 14 CONCLUSIONES

EL ESCAPARATE fue llevado a cabo el día 20 de octubre de 2018 en las instalaciones de LCI Bogotá. Su proceso, así como el de este trabajo de grado, permitió obtener resultados que respondieron tanto a la pregunta de investigación como a los objetivos de esta. Siendo así, el objetivo general de crear un evento para la participación transversal de los programas de LCI y que fomentara el reconocimiento de sus estudiantes y egresados entre quienes conformaban el campo laboral para generar oportunidades en procesos educativos comprendidos como prácticas, fue llevado a cabo de la siguiente manera:

La primera parte del objetivo, es decir, de crear un evento (un espacio) para lograr que los distintos programas de la institución trabajaran de la mano, se logró de una manera, podría decirse que efectiva, pero, no la esperada. Como bien se señaló en los capítulos anteriores, el proceso de presentar el proyecto a los directores y coordinadores de los distintos programas, y posteriormente a sus respectivos estudiantes fue, en algunos casos, un proceso difícil.

¿Por qué pudo haber ocurrido esto? en cuanto a los directores y coordinadores de programa, es posible señalar dos características: en primera instancia, dado que era un proyecto piloto, EL ESCAPARATE no generó un gran impacto en sus consideraciones, por esta razón, convocar el interés de algunos sobre el mismo fue complejo dado que no reconocían realmente qué podría llegar a significar la participación activa en él. Ahora bien, nuestra labor, como equipo que conformó este proyecto, fue también limitada a la hora de realizar este trabajo de gestión y venta de la idea. Es seguro decir que no tuvimos una estrategia 100% efectiva para asegurar la atención total sobre el evento, lo que nos significó tener que buscar, en algunos casos, apoyo de los estudiantes sin contar con el de sus

coordinadores implicando demora en las respuestas requeridas para conocer sobre opciones de expositores y un retraso en las fechas de cronograma establecidas.

Por su supuesto, esta cuestión fue un poco más compleja cuando aquellas personas que habían accedido a participar poco a poco comenzaron a desligarse del evento al punto de no querer participar. Al respecto vuelven a evidenciarse el hecho de que no logramos generar el impacto suficiente en ellos para asegurar su permanencia y, cuestiones explican estas actitudes, por ejemplo, el cambio de fecha repentino y la falta de confirmación constante de nosotras sobre la participación de estas personas.

La segunda parte de este objetivo general, en la que se señala la preocupación por generar reconocimiento de la institución y sus integrantes entre quienes conforman el campo laboral para generar oportunidades de prácticas fue, evidentemente, una labor aún más compleja. El trabajo que se realizó de la mano del departamento de comunicaciones no tuvo un objetivo claro. El primer error, fue no reconocer y fijar qué requeríamos cada equipo del otro para buscar el logro de este objetivo general, así, terminamos por entorpecernos unos a otros en cuestiones de tiempo al punto de no generar un apoyo común eficaz y terminando por convertirse esto esencialmente en una relación de trabajo sobre una imagen gráfica.

De esta forma, la labor de gestionar y mover contactos para relacionarlos con el evento y la institución quedó en manos de nuestro equipo, lo cual fue un gran error dado que fue necesario improvisar muchas veces por cuestiones de desconocimiento y de tiempo. El hecho de haber tenido que generar nuestra propia base de datos fue algo de lo que no dimensionamos su necesidad. Quizás nos confiamos en un poco más de apoyo por parte del departamento de comunicaciones sobre esta labor de gestión al comprender que el evento de por sí ya era institucional.

Ahora, este es un punto clave que desdibujó muchas veces los límites en cuanto al proyecto y el evento ¿Qué tan institucional era EL ESCAPARATE? para responder a esta pregunta es necesario tener en cuenta los siete objetivos específicos planteados a lo largo de la investigación. Estos pretendían: convocar a los diferentes departamentos del centro educativo para poder garantizar la participación de los estudiantes en el evento; hacer una curaduría detallada de los diferentes proyectos que se presentarían; crear un manual para la realización del evento en versiones futuras; despertar el interés de las empresas hacia los estudiantes de LCI, para generar nuevas oportunidades laborales; realizar un informe final sobre las impresiones que generó el evento para garantizar una mejor realización en años posteriores; y, llevar a cabo las labores de diseño, preproducción, producción y posproducción del evento EL ESCAPARATE.

En cuanto a estos, hubo varios que se cumplieron y varios que es necesario reformular en una próxima edición del evento. En cuanto al objetivo de convocar a los diferentes departamentos dentro del centro educativo, es necesario en una próxima edición del evento que haya un grupo encargado de esto pues, en este piloto, hizo falta compañía de varios directores y coordinadores de programas ya que no mostraban mucho interés en hacer parte del evento ni de convocar a sus estudiantes para este.

Así mismo, el día en que se llevó a cabo EL ESCAPARATE hicieron falta varios directores de carrera, lo que implicó que las empresas que sí asistieron y estuvieron interesadas en contactar con distintos programas no tuvieron a quién dirigirse. En cuanto a los estudiantes expositores, hizo falta algo que comprometiera su asistencia al evento, por ejemplo, una relación directa con la obtención de una nota, pues, a pesar de que ya se habían comprometido en su asistencia, faltando pocos días para el 20 de octubre varios terminaron por cancelar, o peor, por dejar de responder.

El compromiso de los directores de programa era primordial para el funcionamiento del evento, en el cual hubo ausencia de la gran mayoría de estos, en caso de que hubiera funcionado en un 100% la convocatoria de personalidades del sector empresarial no hubiera estado presente el personal con el cual estos realizarían los convenios.

También, en cuanto al segundo objetivo, se observó que es necesario establecer un grupo encargado del marketing y la convocatoria debido a que, en este piloto, a pesar de que asistieron algunas empresas invitadas y otras que no estaban en lista, no se obtuvo la cantidad de empresas esperadas e invitadas. Por lo tanto, para los próximos eventos es imperativo tener un equipo que se encargue del seguimiento de las empresas para garantizar el cumplimiento de esta meta.

Es necesario entonces contar con un apoyo administrativo y logístico desde la institución para que aquellas personas que estén a cargo de la organización del evento puedan tener soporte y credibilidad en el momento de contactarse con personalidades empresariales las cuales son difíciles de comprometer en una fecha o evento específico.

Con respecto a la curaduría, este proceso se realizó por parte de todas las integrantes del equipo con relación a los trabajos que enviaron los estudiantes interesados; empero, no en todas las áreas educativas hubo mayor cantidad de estudiantes o egresados interesados, por lo que de la mayoría de programas no se pudo hacer una correcta evaluación ni curaduría y ello implicó que, a pesar de tener buenos trabajos, no se pudiera asegurar la excelente calidad de estos con respecto a los trabajos de otros estudiantes. En cuanto a la recolección de trabajos y proyectos de los estudiantes la labor que se desempeñó por parte del área de producción fue de organizar una semana antes del evento, y según los horarios de disponibilidad de los expositores, la recolecta de sus trabajos facilitando así el proceso de montaje de las exposiciones el día del evento.

Como programa de Producción Escénica y Visual, se logró establecer un modelo inicial de presupuesto, cronograma y producción, del cual puede partir la producción del evento en próximas versiones. Así mismo, se evidencio e hizo notoria la participación de las estudiantes de dicho programa tanto en la institución como en empresas externas, debido a la labor de producción que se realizó durante el planteamiento y realización del programa.

6. Se realizaron siete entrevistas a diferentes personas de las empresas que asistieron, preguntando sobre su apreciación del evento, las mejoras que le harían y si contrarían con estudiantes de LCI para prácticas o para trabajos futuros. Las respuestas de los asistentes fue positiva hacia el evento pues en su mayoría respondieron que sí contratarían estudiantes para sus proyectos. Ahora bien, se realizó una movilización para asegurar la asistencia de alrededor de 200 personas de las cuales, infortunadamente, asistieron solo un total de 60 personas.

Yendo un poco más a fondo con los objetivos específicos, es posible decir que la convocatoria que se hizo frente a la asistencia de administrativos, directivos y estudiantes para generar una participación de la comunidad educativa fue poco efectiva. De la misma manera ocurrieron fallas graves por parte del equipo de EL ESCAPARATE como la falta de invitación al departamento de egresados, ya que el trabajo de gestión y mercadeo nos sobrebaso al tener añadidas las cuestiones de producción y arte. Así, si bien el evento fue exhibido en redes sociales de la institución y en las pantallas, no se envió ningún tipo de invitación personal a los correos de la plataforma Omnivox de ninguno de los miembros de la comunidad educativa, efecto que fue visible en la asistencia el día del evento.

Objetivo 7. En cuanto al proceso de montaje y desmontaje se logró hacer todo en el tiempo estipulado. en especial porque se obtuvo colaboración de personas externas para la construcción y montaje de los módulos de escenografía, así como en el armado y la

adecuación de espacios. Esto es algo importante a tener en cuenta para las futuras versiones ya que es esencial contar con un equipo más grande que se encargue del montaje. Así mismo, será necesario distribuir en más personas labores como la recepción de invitados y el marketing de principio a fin del evento para dejar en manos del equipo de EL ESCAPARATE las labores de preproducción, producción, posproducción y dirección de arte que es, lo que en resumidas cuentas, ofrece el programa de Tecnología en Producción Escénica y Visual.

En cuanto a la construcción y diseño de escenografía para EL ESCAPARATE, se realizó inicialmente sobre diseños predeterminados; no obstante, en la elaboración del material final, debido a las condiciones arquitectónicas y lumínicas del espacio destinado para su realización, fue necesario modificar el diseño inicial de la propuesta escenográfica, lo que afectó el presupuesto inicial y creó la necesidad de realizar nuevas cotizaciones que se ajustaran a las necesidades presentadas. Así pues, este inconveniente afectó el cronograma inicial ya que la construcción del material se realizó días posteriores a los ya establecidos.

Lo anterior demuestra como aporte primordial la importancia de entender una producción de este tipo en su totalidad, requiriendo el presupuesto y el personal necesario para la elaboración de toda la propuesta.

En cuanto al montaje también hubo inconvenientes, debido a que los espacios y la ayuda solicitada al personal de mantenimiento de la institución no fue óptima en varios aspectos y de no ser por la ayuda brindada por parte de personas externas hubiera sido el montaje una labor extensa y difícil.

De este modo, durante la primera versión del evento, se pudo evidenciar la necesidad de crear en estudiantes, profesores y directivos mayor compromiso frente al hecho de fortalecer la imagen de los estudiantes en su comunidad y en el campo laboral; pues, es

necesario contar con el apoyo de ellos para poder garantizar la realización de convenios que beneficien a la institución y estudiantes.

Vale la pena destacar que el modelo de producción de EL ESCAPARATE fue diseñado de tal forma que sea de fácil entendimiento para futuras versiones, garantizando así la continuidad del mismo con los futuros equipos de trabajo y permitiendo que no pierda la esencia inicial con la que fue creado. Para terminar, en cuanto a la producción se realizó un trabajo bastante arduo que dejó opiniones muy favorecedoras por parte de los asistentes dentro de las cuales cabe resaltar que todos los asistentes con conexiones en el mundo laboral afirmaron que tendrían estudiantes de LCI Bogotá trabajando como sus practicantes.

De este modo, varios de los asistentes al evento coinciden en que el piloto abre una gran posibilidad de que en una próxima edición se logre una mayor participación y se genere una rueda de negocios interesante y benéfica para la institución.

A partir de ello, se deja en evidencia que el evento puede funcionar de manera más efectiva en versiones futuras, siempre y cuando se realicen los ajustes necesarios en cuanto al respaldo por parte de LCI en los aspectos señalados. De igual modo, en la organización del equipo de producción de EL ESCAPARATE es importante aterrizar la viabilidad del evento y los requerimientos de personal y presupuesto extra.

En conclusión, y dando respuesta a la pregunta sobre ¿qué tan institucional era el evento? es importante responder que fue desde un principio el eje fundamental de EL ESCAPARATE fue dar un espacio que beneficiara a la comunidad de LCI Bogotá en cuanto a su reconocimiento entre los integrantes de la misma y los agentes externos. A pesar de ello, en múltiples ocasiones el evento se otorgó de manera exclusiva a quienes

conformaron el equipo de este proyecto lo que dificultó abarcar la totalidad de tareas de manera óptima y restó credibilidad y potencialidad a su ejecución.

## 15. RECOMENDACIONES

Para la realización de próximas ediciones de EL ESCAPARATE es necesario tener en cuenta varios aspectos a considerar:

1- En la planeación del evento es necesario hacer una selección minuciosa de la fecha en la que este va a ser realizado, dado que esta elección permite facilitar de alguna manera el éxito del evento.

2- Es necesario crear grupos de trabajo para cada área, con la cantidad y las personas indicadas para realizar todas las labores previstas. De esta manera, las personas estarán enfocadas en su tarea y se hará más fácil la producción del evento.

3- Al realizar la convocatoria de expositores es importante ofrecerles un beneficio por su participación (notas en asignaturas u horas para prácticas) para comprometerlos con el evento y asegurar su participación.

4- Es necesario que los directores de carrera se sientan comprometidos a asistir y apoyar el evento ya que son ellos quienes se encargaran, en parte, de establecer los vínculos con las empresas participantes.

5- La convocatoria de empresas y personalidades del sector laboral debe ser un proceso más minucioso y persuasivo para que un gran porcentaje de estas asistan el día del evento. De igual forma, el departamento de comunicaciones debe apoyar en mayor medida esta tarea para dar el carácter institucional que requiere el evento.

6. Es importante que se realice un registro minucioso del evento para con ello preservar un registro que permita a realizadores de ediciones futuras conocer los antecedentes visuales de EL ESCAPARATE

# ANEXOS

## Anexo 1

### Cronograma del proyecto

**OG** Crear un evento en el cual participen de manera transversal los diferentes programas de LCI Bogotá fomentando con ello el reconocimiento de estudiantes y egresados de la institución, para así generar oportunidades en el campo laboral, desde los procesos educativos comprendidos como pasantías.

| | | Mayo | | | | Junio | | | | Julio | | | | **Agosto** | | | | **Septiembre** | | | | **Octubre** | | | | Noviembre | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| **AC** | **Actividad** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Desarrollo de encuestas para comunidad académica y laboral | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Repartición de encuestas | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Desarrollo de modelo de entrevista para directivas | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Aplicación de entrevistas | | | | | | | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Recolección de encuestas | | | | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Sistematización de los resultados de las encuentras | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | Transcripción del análisis cualitativo realizado a los resultados de las encuestas | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Presentación del proyecto a la rectora de LCI Bogotá | | | | | | | | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Presentación del proyecto a los directores de los distintos programas de LCI Bogotá | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Gestión de talento con los directores de programa | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Presentación del proyecto a estudiantes de LCI Bogotá | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Selección de los expositores participantes | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Curaduría de los trabajos a mostrar en el evento | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | | | | | | | | | | |
| 5 | Exposición del plan de trabajo a los expositores | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | |
| 1 | Desarrollar una investigación bibliográfica que permita conocer modelos | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Redactar un modelo de producción propio basado en la revisión de | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Diseño de imagen del evento (departamento de comunicaciones) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | | | | | | | |
| 2 | Presentación de un primer artículo sobre El Escaparate (camapaña de | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Diseño tarjetas de invitación | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | |
| 4 | Envío de tarjetas de invitación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | | | | | | |
| 5 | Diseño de pendón (departamento de comunicaciones) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | |
| 6 | Impresión de piezas gráficas | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | | | | |
| 7 | Diseño de catálogo (equipo EL ESCAPARATE) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | | | | |
| 8 | Difusión del evento (equipo EL ESCAPARATE y departamento de | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | |
| 9 | Envío del catálogo digital (equipo EL ESCAPARATE) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | | | |
| 2 | Diseño conceptual del proyecto a realizar | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Selección del equipo y áreas de trabajo | | | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Dirección, coordinación y producción | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 5 | Elaboración de presupuesto | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Gestión de recursos | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | Desarrollo de concepto estético | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | |
| 8 | Diseño de escenografía | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | |
| 9 | Realización de escenografía | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | |
| 10 | Montaje del evento | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | |
| 11 | Realización del evento | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | |
| 12 | Realización de informe final | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | | | |
| 13 | Escritura del documento de proyecto de grado | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | |
| 14 | Entrega final del documento | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | | |
| 15 | Sustentación ante jurados | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | |

Anexo 2

Cronograma de preproducción

TODAS PRODUCCIÓN ARTE TÉCNICO

| Semana | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado | Domingo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Semana 0 (3 de septiembre al 9 de septiembre) | * Definición fecha exacta del evento.<br>* Entrega de listado con todos los requerimientos para LCI.<br>* Presentación del presupuesto detallado a LCI.<br>* Solicitud de desembolso a LCI | * Definición fecha exacta del evento.<br>* Entrega de listado con todos los requerimientos para LCI.<br>* Presentación del presupuesto detallado a LCI.<br>* Solicitud de desembolso a LCI | * Definición fecha exacta del evento.<br>* Entrega de listado con todos los requerimientos para LCI.<br>* Presentación del presupuesto detallado a LCI.<br>* Solicitud de desembolso a LCI | * Definición fecha exacta del evento.<br>* Entrega de listado con todos los requerimientos para LCI.<br>* Presentación del presupuesto detallado a LCI.<br>* Solicitud de desembolso a LCI | * Definición fecha exacta del evento.<br>* Entrega de listado con todos los requerimientos para LCI.<br>* Presentación del presupuesto detallado a LCI.<br>* Solicitud de desembolso a LCI | | |
| Semana 1 (10 de agosto a 16 de septiembre) | * Recepción del primer desembolso por parte de LCI.<br>* Cotización de equipos técnicos (preguntar con cuanto tiempo de anticipación de tienen que solicitar los equipos y el monto requerido para la reserva).<br>* Entrega primer artículo a LCI. | * Recepción del primer desembolso por parte de LCI.<br>* Cotización de equipos técnicos (preguntar con cuanto tiempo de anticipación de tienen que solicitar los equipos y el monto requerido para la reserva).<br>* Entrega primer artículo a LCI. | * Recepción del primer desembolso por parte de LCI.<br>* Cotización de equipos técnicos (preguntar con cuanto tiempo de anticipación de tienen que solicitar los equipos y el monto requerido para la reserva).<br>* Entrega primer artículo a LCI. | * Distribución de recursos monetarios entre las líderes de equipo (Producción, arte, técnico).<br>* Generar una base de datos con las empresas a contactar según cada una de las empresas.<br>* Cotización de equipos técnicos (preguntar con cuanto tiempo de anticipación de tienen que solicitar los equipos y el monto requerido para la reserva). | * Recepción del primer desembolso por parte de LCI.<br>* Distribución de recursos monetarios entre los líderes de equipo (Producción, arte, técnico).<br>* Cotización de equipos técnicos (preguntar con cuanto tiempo de anticipación de tienen que solicitar los equipos y el monto requerido para la reserva). | | |
| Semana 2 (17 de septiembre al 23 de septiembre) | * Reserva de espacios y equipos en LCI para las fechas del evento (incluyendo fecha de montaje) (solicitar espacio de bodegaje).<br>* Contactar con las posibles empresas y personas que puedan abrir vínculos de prácticas en LCI.<br>* Compra de materiales para la construcción de escenografía. | * Búsqueda de opciones de alimentación para el evento.<br>* Búsqueda de opciones de bandas para realizar la música ambiente del evento.<br>* Contactar con las posibles empresas y personas que puedan abrir vínculos de prácticas en LCI.<br>* Compra de materiales para la construcción de escenografía. | * Búsqueda de opciones de alimentación para el evento.<br>* Búsqueda de opciones de bandas para realizar la música ambiente del evento.<br>* Contactar con las posibles empresas y personas que puedan abrir vínculos de prácticas en LCI.<br>* Compra de materiales para la construcción de escenografía. | * Búsqueda de opciones de alimentación para el evento.<br>* Búsqueda de opciones de bandas para realizar la música ambiente del evento.<br>* Solicitud de los trabajos físicos y digitales a los participantes.<br>* Inicio de construcción de escenografía.<br>* Diseño invitaciones formales al evento. | * Definición de la mejor opción para la alimentación en el evento.<br>* Definición de la mejor banda para llamar al evento.<br>* Solicitud de los trabajos físicos y digitales a los participantes.<br>* Construcción de escenografía.<br>* Diseño invitaciones formales al evento. | * Consecución alimentación (Reservar fecha, pero no se podría dar abono sino hasta la semana 3).<br>* Consecución y reserva en agenda para la banda en vivo.<br>* Solicitud de los trabajos físicos y digitales a los participantes.<br>* Construcción de escenografía.<br>* Diseño invitaciones formales al evento. | |
| Semana 3 (24 de septiembre al 30 de septiembre) | * Consecución alimentación.<br>* Consecución y reserva en agenda para la banda en vivo.<br>* Construcción de escenografía.<br>* Inicio de movimiento y difusión del evento (generando expectativa).<br>* Envío de invitaciones formales a los participantes, empresas y asistentes (medio digital). | * Recepción de trabajos a exponer.<br>* Construcción de escenografía.<br>* Movimiento y difusión del evento (generando expectativa). | * Recepción de trabajos a exponer.<br>* Construcción de escenografía.<br>* Movimiento y difusión del evento (generando expectativa). | * Recepción de trabajos a exponer.<br>* Construcción de escenografía.<br>* Movimiento y difusión del evento (generando expectativa).<br>* Realización de planimetrías de los espacios a utilizar. | * Recepción de trabajos a exponer.<br>* Construcción de escenografía.<br>* Movimiento y difusión del evento (generando expectativa).<br>* Realización de planimetrías de los espacios a utilizar. | * Recepción de trabajos a exponer.<br>* Construcción de escenografía.<br>* Movimiento y difusión del evento (generando expectativa).<br>* Definición de cantidad de equipos técnicos externos requeridos para el evento (iluminación y sonido). | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Semana 4 (1 de octubre al 7 de octubre) | * Solicitud de segundo y último desembolso destinado al área de gastronomía de LCI<br>* Reserva de equipos técnicos externos (incluyendo fechas de montaje y desmontaje) (Si la reserva debe hacerse con un abono esta debe hacerse después de recibir el segundo desembolso).<br>* Construcción de escenografía. | * Reserva de equipos técnicos externos (incluyendo fechas de montaje y desmontaje) Si la reserva debe hacerse con un abono esta debe hacerse después de recibir el segundo desembolso).<br>* Construcción de escenografía. | * Recepción del segundo y último desembolso destinado al área de gastronomía de LCI.<br>* Construcción de escenografía.<br>* Realización del segundo artículo señalando de qué se trata el evento. | * Contratación de servicio de alimentación con primer abono.<br>* Entrega de últimos recursos monetarios al departamento de arte.<br>* Compra de últimos elementos de arte.<br>* Ensayo de espacios y adecuación para los distintos trabajos.<br>* Realización del segundo artículo señalando de qué se trata el evento. | * Reserva de camión para el transporte de equipos técnicos.<br>* Ensayo de espacios y adecuación para los distintos trabajos.<br>* Compra de últimos elementos de arte.<br>* Realización del segundo artículo señalando de qué se trata el evento. | * Construcción de escenografía.<br>* Realización del segundo artículo señalando de qué se trata el evento.<br>* Diseño de piezas gráficas como banner y catálogo. | |
| Semana 5 ( 8 de octubre al 14 de Octubre) | * Construcción de escenografía.<br>* Anuncio detallado de las características del evento en redes y envío del segundo artículo para su publicación en la página de LCI.<br>* Diseño de piezas gráficas como banner y catálogo. | * Construcción de escenografía.<br>* Anuncio detallado de las características del evento en redes y envío del segundo artículo para su publicación en la página de LCI.<br>* Diseño de piezas gráficas como banner y catálogo. | * Construcción de escenografía.<br>* Anuncio detallado de las características del evento en redes y envío del segundo artículo para su publicación en la página de LCI.<br>* Diseño de piezas gráficas como banner y catálogo. | * Anuncio detallado de las características del evento en redes y envío del segundo artículo para su publicación en la página de LCI.<br>* Mandar a hacer las impresiones de elementos gráficos para el evento.<br>* Realización de planillas y formatos para el día del evento. | * Anuncio detallado de las características del evento en redes y envío del segundo artículo para su publicación en la página de LCI.<br>* Mandar a hacer las impresiones de elementos gráficos para el evento.<br>* Realización de planillas y formatos para el día del evento. | * Anuncio detallado de las características del evento en redes y envío del segundo artículo para su publicación en la página de LCI.<br>* Mandar a hacer las impresiones de elementos gráficos para el evento.<br>* Realización de planillas y formatos para el día del evento. | |
| Semana 6 (15 de octubre al 21 de octubre) | * Impresión de planillas y formatos de registro del evento. | * Impresión de planillas y formatos de registro del evento.<br>* Recepción de piezas gráficas impresas. | * Impresión de planillas y formatos de registro del evento.<br>* Recepción de piezas gráficas impresas. | * Impresión de planillas y formatos de registro del evento.<br>* Recepción de piezas gráficas impresas. | * Transporte de equipos técnicos externos.<br>* Transporte de alimentación.<br>* Pago servicio de alimentación.<br>* Montaje del evento. | * Realización del evento EL ESCAPARATE | * Desmontaje de escenografía.<br>* Devolución de equipos técnicos externos. |
| Semana 7 (22 de octubre al 28 de octubre) | * Devolución de trabajos a los participantes. | * Devolución de trabajos a los participantes. | * Devolución de trabajos a los participantes. | * Devolución de trabajos a los participantes. | * Devolución de trabajos a los participantes. | * Devolución de trabajos a los participantes. | |

Anexo 3

Cronograma minuto a minuto del evento

| CRONOGRAMA MINUTO A MINUTO | | | |
|---|---|---|---|
| **HORA** | **LUGAR** | **ACTIVIDAD** | **RESPONSABLES** |
| 7:00 | Lobby | Encuentro de personal (producción) | Todas |
| 7:30 | Lobby | Encuentro de personal (producción & técnicos) | Todas |
| 8:00 | Lobby | Entrega de instrucciones de montaje e itinerario | Todas |
| 8:30 | Lobby | Conteo inicial de inventario | Laura F. Y Sarah |
| 9:00 | Bodega | Transporte de escenografía, ambientación y utilería a 5to piso | Todas |
| 9:30 | Bodega | Inicio de montaje | Todas |
| 10:00 | Bodega | Montaje de elementos de gran formato (paneles/ letreros/banners/telas para oscurecer) | Todas |
| 10:30 | 5to piso | Montaje de elementos de gran formato (paneles/ letreros/banners/telas para oscurecer) | Todas |
| 11:00 | 5to piso | Montaje de elementos de pequeño formato (mesas/ sillas/bancos) | Todas |
| 11:30 | 5to piso | Montaje de elementos de pequeño formato (mesas/ sillas/bancos) | Todas |
| 12:00 | 5to piso | Hora de almuerzo | Todas |
| 12:30 | 5to piso | Hora de almuerzo | Todas |
| 13:00 | 5to piso | Hora de almuerzo | Todas |
| 13:00 | Lobby & 5to piso | Se reciben expositores y modelos | Laura F. & María H |
| 13:00 | 5to piso | Prueba de equipos técnicos sala de proyección | Laura Arias |
| 13:30 | 5to piso | Prueba de equipos técnicos sala de proyección | Laura Arias |
| 14:00 | 5to piso | Prueba de equipos técnicos sala de proyección | Laura Arias |
| 14:00 | Lobby & 5to piso | Se reciben expositores y modelos | Laura F. & María H |
| 14:00 | 5to piso | Prueba equipos técnicos (computadores y televisores) | Laura Arias |
| 14:30 | 5to piso | Prueba equipos técnicos (computadores y televisores) | Laura Arias |
| 15:00 | 5to piso | Prueba equipos técnicos (computadores y televisores) | Laura Arias |
| 14:30 | Lobby & 5to piso | Se recibe catering | Sarah |
| 15:00 | Lobby & 5to piso | Se recibe catering | Sarah |
| 15:00 | 5to piso | Prueba luces internas y externas | Laura Arias |
| 15:30 | 5to piso | Prueba luces internas y externas | Laura Arias |
| 16:00 | 5to piso | Prueba luces internas y externas | Laura Arias |
| 15:00 | Lobby & 5to piso | Arreglo de imprevistos arte | Cristina & María H |
| 15:30 | Lobby & 5to piso | Arreglo de imprevistos arte | Cristina & María H |
| 16:00 | 5to piso | Arreglo de imprevistos arte | Cristina & María H |
| 16:00 | 5to piso | Refrigerios expositores, modelos y equipo | Sarah & Laura F |
| 16:30 | 5to piso | Refrigerios expositores, modelos y equipo | Sarah & Laura F |
| 16:30 | 5to piso | Limpieza general | Todas |
| 17:00 | Lobby | Recibimiento de invitados (se abren puertas) | Todas |
| 17:30 | 5to piso | Discurso de lanzamiento del evento a cargo de estudiantes de Producción Escénica y Visual de último cuatrimestre acompañado de un brindis | Todas |
| 17:45 | 5to piso | Interacción entre expositores, empresas y directores de carrera | Todas |
| 18:00 | 5to piso | Interacción entre expositores, empresas y directores de carrera | Todas |
| 18:30 | 5to piso | Show de cierre Saraviado (guitarra/ voz/ bailarina) | Laura Arias & Cristina |
| 19:00 | 5to piso | Interacción entre expositores, empresas y directores de carrera | Todas |
| 19:30 | 5to piso | Show de cierre Lizandro Octavo (Guitarra/ caja española/ voz) | Laura Arias & Laura Figueroa |
| 20:00 | 5to piso | Interacción entre expositores, empresas y directores de carrera | Todas |
| 20:30 | 5to piso | Finalización del evento (se cierran puertas a público) | Todas |
| 21:00 | Lobby | Desmontaje y almacenamiento en bodega | Todas |
| 21:30 | Lobby | Desmontaje y almacenamiento en bodega | Todas |
| 22:00 | Bodega | Conteo final de inventario | Laura F. Y Sarah |
| 21:30 | Bodega | Conteo final de inventario | Laura F. Y Sarah |
| 22:00 | Bodega | Salida de personal | Todas |

Anexo 4

Presupuesto inicial del evento

## PRESUPUESTO PROYECTO DE GRADO "EL ESCAPARATE"

| | | |
|---|---|---|
| **FECHA:** | Sabado 20 de Octubre | Sabado 20 de Octubre |
| **AGENCIA:** | **LCI** | |
| **PRODUCTO:** | Evento EL ESCAPARATE | **INTEGRANTES: Laura Arias, Laura Figueroa, Maria Helena Torres, Cristina Camacho, Sarah Hernández** |
| | - | |
| | - | |
| **TOTAL DIAS** | 1 | |

### A. PRODUCCIÓN

| | 1 COSTOS DE PRE-PRODUCCIÓN | Cant. | Días | Vr. Unit. | Valor | Responsable |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1.1 | Diseño imagen del evento | 1 | | $ 0 | $ - | Sarah/Laura F |
| 1.2 | Diseño tarjetas de invitación | 1 | | $ 0 | $ - | Sarah/Laura F |
| 1.3 | Impresión invitaciones | 60 | | $ 3.500 | $ 210.000 | Sarah/Laura F |
| 1.4 | Impresión banner | 2 | | $ 140.000 | $ 280.000 | Sarah/Laura F |
| 1.5 | Diseño catálogo | 1 | | $ 100.000 | $ 100.000 | Sarah/Laura F |
| 1.6 | Impresión de catálogo | 160 | | $ 2.000 | $ 320.000 | Sarah/Laura F |
| | | **SUBTOTAL - 1** | | **$ 245.500** | **$ 910.000** | |

| | 2 ESCENOGRAFIA | Cant. | Días | Vr. Unit. | Valor | Responsable |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 2.1 | NYLON | 2 | 1 | $ 9.000 | 18.000 | Maria Helena & Cristina |
| 2.2 | VINILO | 30 | 1 | $ 12.000 | 360.000 | Maria Helena & Cristina |
| 2.3 | PUNTILLAS | 1 | 1 | $ 11.000 | 11.000 | Maria Helena & Cristina |
| 2.4 | PAPEL CELOFAN | 5 | 1 | $ 50.000 | 250.000 | Maria Helena & Cristina |
| 2.5 | CINTA DE ENMASCARAR | 1 | 1 | $ 10.000 | 10.000 | Maria Helena & Cristina |
| 2.6 | CINTA TRANSPARENTE | 3 | 1 | $ 8.000 | 24.000 | Maria Helena & Cristina |
| 2.7 | LAMINAS DE MDF | 3 | 1 | $ 35.000 | 105.000 | Maria Helena & Cristina |
| 2.8 | GUALLA | 30 | 1 | $ 2.400 | 72.000 | Maria Helena & Cristina |
| 2.9 | PLATINAS | 20 | 1 | $ 3.000 | 60.000 | Maria Helena & Cristina |
| 2.10 | LYCRA | 30 | 1 | $ 8.000 | 240.000 | Maria Helena & Cristina |
| 2.11 | LUCES DE JARDIN | 1 | 1 | $ 250.000 | 250.000 | Maria Helena & Cristina |
| 2.12 | INSTALADOR | 1 | 1 | $ 100.000 | 100.000 | Maria Helena & Cristina |
| | | **SUBTOTAL - 6** | | | **$ 1.500.000** | |

| | 3 AMBIENTACIÓN | Cant. | Días | Vr. Unit. | Valor | Responsable |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 3.1 | COMPRA | | | | | |
| 3.2 | ALQUILER (Mesas sillas y mantelería) | | | | $ 0 | **LCI** |
| | | **SUBTOTAL - 7** | | | **$ -** | |

| | 4 ESTUDIO - LOCACIONES-EQUIPOs | Cant. | Días | Vr. Unit. | Valor | Responsable |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 4.1 | LOCACIÓN | | | | $ - | LCI |
| 4.2 | LUCES PUNTUALES | 15 | | | | Laura Arias |
| 4.3 | LUCES TERRZA | 9 | | | - | |
| 4.4 | LUCES ROBÓTICAS | 3 | | | | |
| 4.5 | SONIDO | | | | | |
| | | **SUBTOTAL - 8** | | | **$ 1.000.000** | |

| | 5 ALIMENTACIÓN | Cant. | Días | Vr. Unit. | Valor | Responsable |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 5.1 | Pasabocas | 200 | | $ 3.500 | $ 600.000 | Maria Helena |
| 5.2 | Refrigerios equipo producción | 50 | | $ 4.000 | 200.000 | Maria Helena |
| 5.3 | Agua | 200 | | $ 700 | 140.000 | Maria Helena |
| 5.4 | Licor | 200 | | $ 2.500 | 500.000 | Maria Helena |
| | | **SUBTOTAL - 9** | | **$ 10.700** | **$ 1.440.000** | |

| | 6 TRANSPORTES | Cant. | Días | Vr. Unit. | Valor | Responsable |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 6.1 | TRANSPORTE PRE PRODUCCIÓN | | | | | Sarah/Laura F |
| 6.2 | TRANSPORTE ALMINETACIÓN | | | | 50.000 | Sarah/Laura F |
| 6.3 | TRANSPORTE EQUIPO TÉCNICO | 2 | 2 | | | Sarah/Laura F |
| 6.4 | TRANSPORTE PERSONAS ARTE Y TÉCNICO | 8 | 1 | $ 12.000 | 100.000 | Sarah/Laura F |
| | | **SUBTOTAL - 10** | | **$ 12.000** | **$ 150.000** | |

| | |
|---|---|
| **GRAN TOTAL PRODUCCIÓN** | **$ 5.000.000** |

Anexo 5

Presupuesto final del evento

**PRESUPUESTO PROYECTO DE GRADO "EL ESCAPARATE"**

| | | |
|---|---|---|
| **FECHA:** | Sabado 20 de Octubre | Sabado 20 de Octubre |
| **AGENCIA:** | **LCI** | |
| **PRODUCTO:** | Evento EL ESCAPARATE | **INTEGRANTES: Laura Arias, Laura Figueroa, Maria Helena Torres, Cristina Camacho, Sarah Hernández** |
| | - | |
| | - | |
| **TOTAL DIAS** | 1 | |

**A. PRODUCCIÓN**

| 1 | COSTOS DE PRE-PRODUCCIÓN | Cant. | Días | Vr. Unit. | Valor | Responsable |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1.1 | Impresiones de cartas | 51 | | $ 505 | 25.730 | Sarah/Laura F |
| 1.2 | sobres tamaño carta | 14 | | $ 1.307 | 18.300 | Sarah/Laura F |
| 1.3 | Impresión invitaciones | 72 | | $ 1.752 | 126.140 | Sarah/Laura F |
| 1.4 | Impresión banner | 2 | | $ 117.419 | 234.838 | Sarah/Laura F |
| 1.5 | sobres carta de invitacion | 3 | | $ 9.400 | 28.200 | Sarah/Laura F |
| 1.6 | impresión papel adesivo | 4 | | $ 2.975 | 11.900 | Sarah/Laura F |
| 1.7 | carpeta oficio morada | 1 | | $ 8.100 | 8.100 | Sarah/Laura F |
| 1.8 | pegamento en barra | 1 | | $ 5.400 | 5.400 | Sarah/Laura F |
| 1.9 | Manillas moradas | 200 | | $ 200 | 40.000 | Sarah/Laura F |
| 1.10 | Impresión de escarapelas | 25 | | $ 333 | 8.330 | Sarah/Laura F |
| 1.11 | Porta escarapelas | 3 | | $ 5.150 | 15.450 | Sarah/Laura F |
| 1.12 | cinta de enmascarar | 2 | | $ 5.000 | 10.000 | Sarah/Laura F |
| 1.13 | cinta polipro | 2 | | $ 3.000 | 6.000 | Sarah/Laura F |
| 1.14 | cordon escarapelas | 2 | | $ 1.500 | 3.000 | Sarah/Laura F |
| 1.15 | Nylon 12 | 2 | | $ 4.100 | 8.200 | Sarah/Laura F |
| | | | | | - | |
| | | **SUBTOTAL - 1** | | **$** | **498.608** | |

| 2 | ESCENOGRAFIA | Cant. | Días | Vr. Unit. | Valor | Responsable |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 2.1 | NYLON | 2 | 1 | $ 9.000 | 18.000 | Maria Helena & Cristina |
| 2.2 | VINILO | 30 | 1 | $ 12.000 | 360.000 | Maria Helena & Cristina |
| 2.3 | PUNTILLAS | 1 | 1 | $ 11.000 | 11.000 | Maria Helena & Cristina |
| 2.4 | PAPEL CELOFAN | 5 | 1 | $ 50.000 | 250.000 | Maria Helena & Cristina |
| 2.5 | CINTA DE ENMASCARAR | 1 | 1 | $ 10.000 | 10.000 | Maria Helena & Cristina |
| 2.6 | CINTA TRANSPARENTE | 3 | 1 | $ 8.000 | 24.000 | Maria Helena & Cristina |
| 2.7 | LAMINAS DE MDF | 3 | 1 | $ 35.000 | 105.000 | Maria Helena & Cristina |
| 2.8 | GUALLA | 30 | 1 | $ 2.400 | 72.000 | Maria Helena & Cristina |
| 2.9 | PLATINAS | 20 | 1 | $ 3.000 | 60.000 | Maria Helena & Cristina |
| 2.10 | LYCRA | 30 | 1 | $ 8.000 | 240.000 | Maria Helena & Cristina |
| 2.11 | LUCES DE JARDIN | 1 | 1 | $ 250.000 | 250.000 | Maria Helena & Cristina |
| 2.12 | INSTALADOR | 1 | 1 | $ 100.000 | 100.000 | Maria Helena & Cristina |
| | | **SUBTOTAL - 6** | | | **$ 1.500.000** | |

| 3 | AMBIENTACIÓN | Cant. | Días | Vr. Unit. | Valor | Responsable |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 3.1 | COMPRA | | | | | |
| 3.2 | ALQUILER (Mesas sillas y manteleria) | | | | $ 0 | **LCI** |
| | | **SUBTOTAL - 7** | | | **$ -** | |

| 4 | ESTUDIO - LOCACIONES- EQUIPOs | Cant. | Días | Vr. Unit. | Valor | Responsable |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 4.1 | LOCACIÓN | | | | $ - | LCI |
| 4.2 | LUCES PUNTUALES | 15 | | | | Laura Arias |
| 4.3 | LUCES TERRZA | 9 | | | - | |
| 4.4 | LUCES ROBÓTICAS | 3 | | | | |
| 4.5 | SONIDO | | | | | |
| | | **SUBTOTAL - 8** | | | **$ 1.000.000** | |

| 5 | ALIMENTACIÓN | Cant. | Días | Vr. Unit. | Valor | Responsable |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 5.1 | Pasabocas | 200 | | $ 3.500 | $ 780.000 | Maria Helena |
| 5.2 | Refrigerios equipo producción | 50 | | $ 4.000 | 380.000 | Maria Helena |
| 5.3 | Agua | 200 | | $ 700 | 140.000 | Maria Helena |
| 5.4 | Cupcakes | 200 | | $ 900 | 180.000 | Maria Helena |
| 5.5 | Gaseosas | 6 | | $ 23.700 | 142.200 | Maria Helena |
| 5.6 | Licor | 200 | | $ 3.700 | 830.000 | Maria Helena |
| | | **SUBTOTAL - 9** | | | **$ 2.452.200** | |

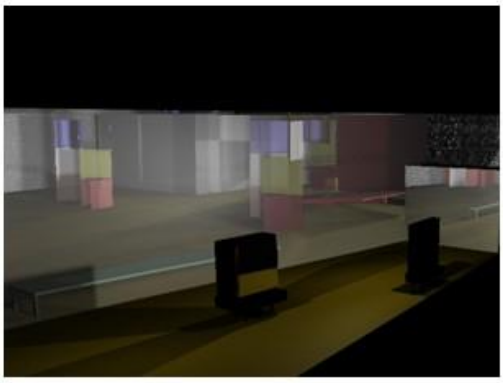
| 6 | TRANSPORTES | Cant. | Días | Vr. Unit. | Valor | Responsable |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 6.1 | Gasolina transporte | 2 | 2 | $ 25.000 | 50.000 | Sarah/Laura F |
| 6.2 | Servicio de Parqueadero | 1 | 1 | $ 950 | 950 | Sarah/Laura F |
| 6.3 | TRANSPORTE EQUIPO TÉCNICO | 4 | 3 | $ 6.975 | 27.900 | Sarah/Laura F |
| 6.4 | Transporte Lizandro Octavo | 2 | 1 | $ 6.300 | 12.600 | Sarah/Laura F |
| 6.5 | Transporte Saraviado | 4 | 1 | $ 12.850 | 51.400 | Sarah/Laura F |
| 6.6 | transporte post producción | 2 | 2 | $ 9.400 | 18.800 | |
| | | **SUBTOTAL - 10** | | | **$ 110.250** | |

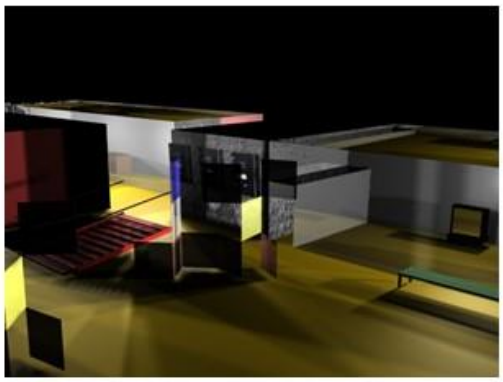
| 6 | IMPREVISTOS | Cant. | Días | Vr. Unit. | Valor | Responsable |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 6.1 | Pago guitarrista Lizandro Octavo | 1 | 1 | $ 40.000 | 40.000 | Sarah/Laura F |
| 6.2 | botellas de vino | 4 | 1 | $ 38.900 | 155.600 | Sarah/Laura F |
| 6.3 | chocolates toblerone | 13 | 3 | $ 11.110 | 144.430 | Sarah/Laura F |
| | | **SUBTOTAL - 10** | | | **$ 340.030** | |

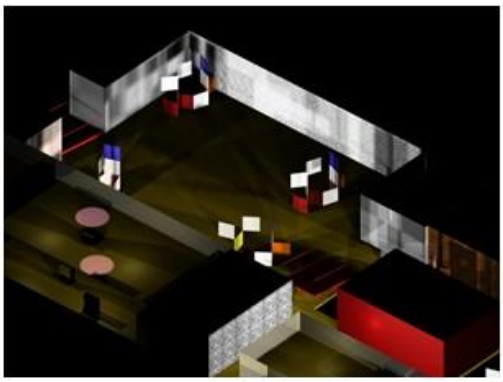
| | |
|---|---|
| **GRAN TOTAL PRODUCCIÓN** | **$ 5.901.088** |

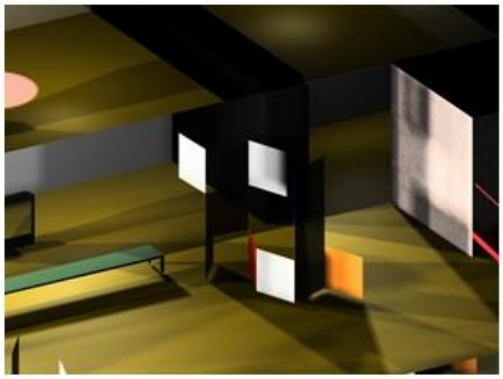
Anexo 6

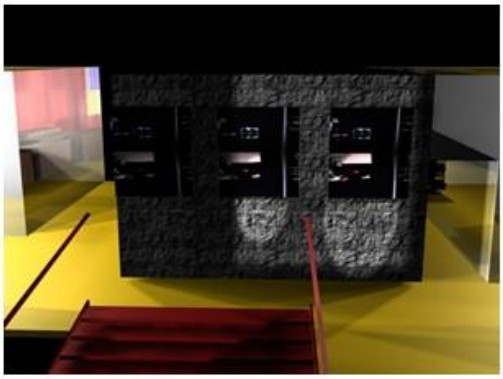
Renders

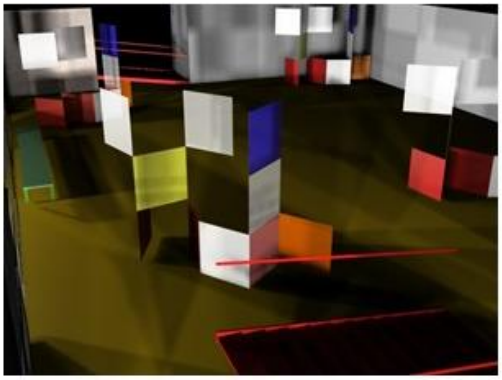


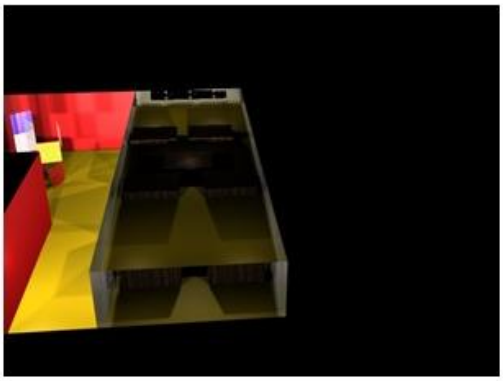


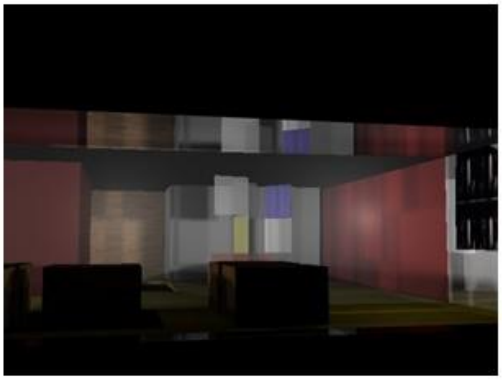












# BIBLIOGRAFÍA


Acuña Castro , A. (2008). *MANUAL PARA LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS ARTISTICOS Y ACTIVIDADES.* San Jose de Costa Rica: Unesco .

Alcalá Mellado , J. R. (2017). *Musealización de las prácticas artísticas contemporáneas.* Castilla: Sin Objeto. Revista de Arte, Investigación, Políticas.

Arrese Igor, H. O. (s.f.). *LA TEORÍA DEL RECONOCIMIENTO DE AXEL HONNETH COMO UN ENFOQUE ALTERNATIVO AL CARTESIANISMO.*

Cano Zapata, A. E., & Rodas Cardonas , E. (2008). *LA TRANSVERSALIDAD.* Antioquia: Universidad de Antioquia.

Cerda Gutiérrez, P. (2001). *Orientaciones a Gestión de Proyectos Culturales.* Santiago de Chille: Area de Descentralización Cultura del Ministerio de Educación.

Colmanarez , A. (2014). *Metodología de investigación en las artes.* Editorial Académica Española .

Cuenca, M., Lazcano , I., & Landabidea, X. (2010). *Sobre el ocio creativo: Situación actual de las ferias de srtes escénicas.* Bilbao : Universidad de Bilbao.

Eliasson, O. (s.f.). Your body of work. *Your body of work.* Moderna Musebt, Estolcolmo. Obtenido de Your body of work: https://www.modernamuseet.se/stockholm/en/exhibitions/olafur-eliasson/

Fukelman, M. C. (2010-2016). *Exploración y análisis de la circulación del arte contemporáneo en espacios artísticos autogestionados.* Ciudad de la Plata: Facultad de Bellas Artes.

León, M. (2004). *Espectáculos Escénicos. Producción y Disfusión.* México: Fondo Nacional para la Cultura y las Artes.

Olarte Vivas, A., Aydé Moncayo , L., & Estacio , C. (2015). *Experiencias de producción de eventos culturales.* Calí: Pontificia Universidad Javeriana Calí.

Pinzón , J., García , C., Rubinni , M., Echevarría, Y., Báez, F., & Roa, M. (2013). *CEM MANUAL PARA LA CREACIÓN DE EVENTOS MUSICALES.* Colombia: Imprenta Nacional de Colombia.

Reyzabal, M. V., & Sanz, A. I. (1995). *Los ejes transversales, aprendizaje para la vida.* Madrid: Madrid: Escuela Española.

Schraier , G. (2006). *Producción Teatral 1.* Buenos Aires: Atuel.

Tello, A. (2012). *Manual de Producción Ejecutiva, para las ciudades periféricas .* Guadalajara : Centro universitario de arte, arquitectura y diseño calzada independencia.

West, L. (2015). Your Colour Perception. *Your Colour Perception.* New Art Spaces Federation House, Castelfield. Obtenido de Liz West: http://www.liz-west.com/#/yourcolourperception/

Zarausa, D. (2016). *La Despensa Centro Cultural.* Buenos Aires: UBA.

Figura 1 CERDA G. (2001). Orientación a proyectos culturales. Pág. 20 ..... 18
Figura 2 (CERDA G. (2001). Orientación a proyectos culturales. Pág. 21 ..... 19
Figura 3 Liz West Manchester UK ..... 61
Figura 4 Your body of work. Moderna of Museet. Estocolmo. 2015 ..... 62