

CARÁTULA



UNIVERSIDAD CASA GRANDE

GYEARTE

Informe del Proyecto de Aplicación Profesional GYEARTE, novena edición.

Equipo interdisciplinario

Benjamín Urs Sieber Ycaza

Génesis Julisa Torres Mora

Indira Marlet Váscones Mori

Milena Bernarda Costales Pinchevsky

Boris Angello Gonzalez Santamaria

Cristhiam Victoria Cruz Farfan

Favio Adrián Morales Aguilar

Emilio Jose Dager Moscoso

Directora del Proyecto

ZAYLIN BRITO

Asesora del Proyecto

GUADALUPE ÁLVAREZ

GUAYAQUIL, ECUADOR

Enero, 2024



FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

Reflexión individual sobre los aprendizajes generados del proceso de conceptualización de marca y la gestión de acciones para la difusión de Juguito de arte del proyecto GYEARTE

Para optar al grado de:

Licenciatura en Comunicación Social

Elaborado por:

Cristhiam Victoria Cruz Farfán

Guías del Proyecto

Zaylín Brito

Guadalupe Álvarez

GUAYAQUIL – ECUADOR



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



Universidad
Casa Grande

CLÁUSULAS DE AUTORIZACIÓN

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, CRISTHIAM VICTORIA CRUZ FARFÁN autora del trabajo de titulación GYEARTE certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exonero a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.

Cristhiam Victoria Cruz Farfán

0928480938



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



Universidad
Casa Grande

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, CRISTHIAM VICTORIA CRUZ en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “**Reflexión individual sobre los aprendizajes generados del proceso de conceptualización de marca y la gestión de acciones para la difusión de Juguito de arte del proyecto GYEARTE.**”, de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

Cristhiam Victoria Cruz Farfán

0928480938

ABSTRACT O RESUMEN

GYEARTE es un proyecto con ocho ediciones previas, que han sido fundamentales para la visibilización de la escena artística local al analizar meticulosamente sus componentes y el rol de cada uno de sus actores clave. Durante sus años de ejecución se ha consolidado como un pilar en la promoción de las artes visuales contemporáneas en Guayaquil mientras busca distintas formas de aproximar a la sociedad guayaquileña a este consumo cultural.

En esta ocasión de la novena edición, mediante una investigación mixta extensiva, por medio de entrevistas, exploración en campo, encuestas y análisis bibliográfico se logró identificar el consumo superficial del arte por parte del público joven en Guayaquil. En respuesta a esta situación, se planteó la propuesta comunicacional “Juguito de Arte”, un medio digital albergado en TikTok con la finalidad de acercar al público joven a un consumo consciente y sostenible de arte visual. Con una estrategia enfocada en aprovechar a una audiencia no conocedora, pero con interés al consumo cultural, a través de contenido dinámico, corto y entretenido se logró consolidar una relación con los distintos actores de la escena que aportaron con su experiencia, insights, y conocimientos. Así mismo, generó un espacio de diálogo con gestores culturales claves de la escena para conocer cómo desde su profesión la formación se fomenta la estrategia de formación de público. Dando continuidad a un episodio más del Video PODCAST de la séptima edición.

Por último, mencionar que el presente documento es el resultado del trabajo colaborativo de los estudiantes arriba mencionados: Benjamín Urs Sieber Ycaza, Indira Marlet Váscones Mori, Milena Bernarda Costales Pinchevsky, Boris Angello Gonzales Santamaria, Cristhian

Victoria Cruz Farfan, Favio Adrián Morales Aguilar, Emilio Jose Dager Moscoso ;y contiene la sistematización del Proyecto de Aplicación Profesional denominado “ Informe del Proyecto de Aplicación Profesional GYEARTE, novena edición.”; por tal razón los contenidos aquí presentes están relacionados con los otros documentos de los estudiantes mencionados que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad de que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio o copia intencionada.

ABSTRACT

GYEARTE is an academic project with 8 previous editions, which have been crucial in unveiling and appreciating the local art scene in the city of Guayaquil, by rigorously analyzing its key elements and the role of each actor or figures in the awareness and distribution of art. Over the years it has positioned itself as a cornerstone in aiding and promoting contemporary visual arts while seeking different ways to bring the Guayaquil society closer and creating interest in contemporary visual arts. In this 9th edition, through extensive mixed-methods research involving interviews, field research, surveys, and bibliographic analysis, it was managed to find that there was plenty of superficial consumption of art by the young audience in Guayaquil. As a response to the current situation the creative and communicative approach "Juguito de Arte" was introduced to the project, a digital platform that relied on the app TikTok with the sole purpose of bridging the gap between the young audience and a more conscious, sustainable, and reflexive consumption of art. To meet our ends, we concocted a strategy focused on engaging an audience not particularly familiar with art but still heavily invested in cultural consumption. This project used dynamic, short, informative but still entertaining content to establish a relationship with various key figures in the contemporary art scene who contributed with their experience, insights, and knowledge that concluded in an astonishing success.

CONSIDERACIONES ÉTICAS

En la novena edición del Proyecto de Aplicación Profesional GYEARTE, cuyo objetivo es acercar al público joven a las artes visuales contemporáneas de Guayaquil, respetamos la historia y los logros de las ediciones anteriores y los medios digitales utilizados para la difusión del contenido creado.

En cada etapa del proyecto se obtuvo el consentimiento informado de los participantes. Se les informó sobre la finalidad de su participación y el uso de la información recopilada. Esta transparencia asegura un tratamiento ético de las contribuciones y opiniones.

PALABRAS CLAVE

GYEARTE, Juguito de arte, Artes visuales contemporáneas, Guayaquil, gestión cultural, público joven, escena artística, estrategia de comunicación digital, Juguito de arte.

ÍNDICE

CARÁTULA.....	1
CLÁUSULAS DE AUTORIZACIÓN.....	3
ABSTRACT O RESUMEN.....	5
ABSTRACT.....	1
CONSIDERACIONES ÉTICAS	2
PALABRAS CLAVE	2
ÍNDICE	3
ANTECEDENTES Y CONTEXTO	5
ANÁLISIS DEL PROBLEMA	8
Árbol de Problema	11
EL PROYECTO	12
Resultado esperado 1: Ampliado el conocimiento crítico del público joven sobre la escena de las artes visuales contemporáneas en Guayaquil.	13
Metodología de investigación para redes	15
Estrategia de comunicación y gestión de contenido	16
Desarrollo de contenido	17
Inclusión y accesibilidad	23
Planes a futuro y sostenibilidad	24
Resultado esperado 2: Fomentado el diálogo con gestores culturales para la formación de público joven de las AVC	25

Proceso de Postproducción para el Video podcast "EL AVCDARIO"	27
Importación de Material:	27
Sincronización de Audio y Video:	27
Edición de Contenido:	27
Corrección de Color y Gráficos:	28
Mejora de Audio:	28
Añadir Música y Efectos de Sonido:	28
Exportación del Proyecto:	28
Revisión y Aprobación:	29
Activaciones	29
Activación - MAAC primer congreso arte contemporáneo	29
Activación UCG	30
Gestión y negociación de auspiciantes	31
RESULTADOS	33
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	35
REFLEXIÓN CRÍTICA INDIVIDUAL	39
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	43
ANEXOS	1

ANTECEDENTES Y CONTEXTO

Mantener viva la relación entre el público joven y las artes visuales contemporáneas presenta un desafío global, y se refleja también en el contexto de Guayaquil. A nivel internacional, estudios han mostrado que la juventud tiende a relacionarse de una forma superficial, e interactuar en menor grado con las artes visuales, en parte debido a la falta de exposición artística en etapas tempranas de su desarrollo (Kisida & Bowen, 2019). Esto se ve potenciado por la proliferación de medios digitales que, aunque presentan oportunidades de difusión para los artistas, también puede conducir a un consumo más superficial del arte (Dege, 2019).

En América Latina en general, la situación no es distinta, y aunque ha experimentado un crecimiento en la producción de arte contemporáneo, esto no siempre se traduce en un mayor compromiso de los jóvenes con el arte (Barreiro, 2019). En Ecuador, y particularmente en Guayaquil, la tendencia es similar. A pesar de contar con una rica herencia artística y un creciente número de galerías y exposiciones, el interés y la participación de los jóvenes en las artes visuales sigue siendo limitada.

Actualmente, la necesidad de fomentar una relación más sólida entre los jóvenes y su cultura es crucial para asegurar el desarrollo integral colectivo. Una vía efectiva para fortalecer este vínculo es la participación activa en los distintos espacios culturales (Godoy, 2022). Este desafío subraya la importancia de desarrollar estrategias coherentes que no solo promuevan el arte contemporáneo entre los jóvenes, sino que también integren sus perspectivas y experiencias para fomentar un sentido de pertenencia y continuidad cultural (Borrup. T 2006).

Los proyectos y experiencias previas, tanto a nivel nacional como internacional, ofrecen propuestas valiosas para cumplir este objetivo. Por ejemplo, iniciativas que combinan la educación artística con distintos formatos interactivos con el fin de lograr una experiencia más personal e inmersiva por parte de las audiencias jóvenes.

La novena edición de GYEARTE apuntó a incorporar estas lecciones aprendidas, buscando cerrar la brecha entre el consumo consciente de arte y los jóvenes guayaquileños a través del uso de herramientas digitales y estrategias de comunicación que resonaron con los nuevos intereses del público.

Esta revisión de la literatura resalta la importancia de abordar el consumo superficial del arte contemporáneo, y destaca la necesidad de implementar estrategias efectivas que promuevan una relación más profunda y significativa entre los jóvenes y el arte que los representa.

El Proyecto de Aplicación Profesional (PAP), GYEARTE, nace en la Universidad Casa Grande como una iniciativa académica, enfocada en la necesidad de brindar un espacio de visibilización, promoción y difusión al arte contemporáneo en Guayaquil. Este proyecto, iniciado por Pilar Estrada y Andrés Sosa, en el 2015, ha tenido como objetivo principal, evidenciar la existencia de arte contemporáneo en la escena local. (GYEARTE- Universidad Grande & GYEARTE, 2019). Luego se sumaron el 2017 Zaylín Brito y en el 2019 Lupe Álvarez.

De esta manera GYEARTE, inicia su legado en el año 2015, donde hasta la actualidad con los ocho años de recorrido, ha posicionado su marca como un referente confiable para la

escena de las artes visuales contemporáneas. En la primera edición, implementó la plataforma digital, página web www.gyearte.com, diseñada para promover a los artistas más influyentes de las artes visuales contemporáneas.

En 2016, en la segunda edición del proyecto, titulada “Transito 82/18”, se recopiló la historia de las artes visuales contemporáneas y artistas de las diferentes generaciones de Guayaquil, además, mejoró el diseño de la página web, creada por la anterior edición.

La tercera edición, en 2017, fue llamada “Aquí hay arte”, y se centró en la integración de 7 artistas emergentes y 2 dos colectivos artísticos. Su objetivo principal fue dar visibilización a estos artistas jóvenes que estaban iniciando dentro de la escena artística en Guayaquil.

La cuarta edición, rindió homenaje a uno de los pioneros de las artes visuales contemporáneas en Guayaquil, presentando obras importantes de la carrera de Pedro Dávila. Estas obras fueron prestadas a coleccionistas, las mismas que se exhibieron como muestra en Casa Cino Fabiani. Además, actualizó el diseño de la página web, enriqueció su contenido y creó material para las redes sociales con el fin de promocionar información relevante de la escena de las artes visuales contemporáneas.

“Arte a golpe de clics” la quinta edición del año 2019, la misma que tuvo finalidad de evidenciar la relación del arte con la tecnología, como proyecto de implementación, se realizó una muestra en la Universidad Casa Grande, con los artistas que tenían como eje en sus propuestas artísticas la tecnología y el arte.

La pandemia de 2020 interrumpió temporalmente la continuidad del proyecto, pero en 2021, GYEARTE, retomó su curso con la sexta edición, “Nuevas Dinámicas”. Este proyecto se enfocó en mapear los espacios de gestión cultural de las artes visuales contemporáneas que emergieron durante la pandemia.

En el 2021 la séptima edición adoptó un enfoque innovador con la creación de podcast para fomentar diálogos entre los principales actores de la escena artística. Se produjeron siete episodios de los cuales fueron invitados actores relevantes de la escena por su trayectoria e historia en el ámbito del arte. Finalmente, en el 2022, la octava edición tuvo el objetivo de promover el proyecto Escuela de Pintura de Guayaquil, realizado por la UArtes,

ANÁLISIS DEL PROBLEMA

Es interesante indagar el vínculo con el mundo artístico que se tiene en Guayaquil, puesto que “La perla del pacífico”, destaca por ser el puerto comercial e internacional más grande de Ecuador, por lo que encontrar su relación con el arte visual, puede ser propicio de cuestionamientos de las dinámicas sociales, comerciales y culturales que se derivan de esta actividad.

Conocer los interés y motivaciones del público joven sobre la escena de las artes visuales contemporáneas en Guayaquil, dio impulso al inicio de la investigación de esta novena edición. Esta iniciativa surge de la necesidad de explorar cómo esta audiencia específica percibe, interactúa y se involucra en el arte contemporáneo en la escena local.

Para abordar este tema, se ha adoptado un enfoque de investigación mixta. Como se observa en la matriz de diseño metodológico.¹ Para conocer los intereses y motivaciones del público joven sobre la escena de las Artes Visuales Contemporáneas en Guayaquil, centrado este objetivo como general dentro de la investigación. Así mismo detallando los 4 objetivos específicos.

- Conocer la percepción del público joven sobre la escena de las AVC de Guayaquil.
- Conocer la participación del público joven en espacios, eventos y exposiciones de AVC en Guayaquil.
- Identificar el conocimiento sobre la escena de la AVC, sus componentes y actores claves que tiene el público joven.
- Identificar cuáles son los medios y plataformas de comunicación de preferencia del público joven de las AVC en Guayaquil.

La fase cuantitativa de la investigación se basó en encuestas², la misma que permitió identificar patrones y tendencias generales en términos de asistencia a los eventos, exposiciones, preferencias, participación y recorrido³ en actividades relacionadas con las artes visuales contemporáneas.

Paralelamente, la fase cualitativa donde se realizaron, 20 entrevistas 2 grupos focales, a actores de la escena como: Saidel Brito, Xavier Castro, David Orbea, Jorge Aycart, Roberto Noboa, Jaime Nuñez del Arco, Francesca Palma, Andrea Mejía, Jorge Velarde, Miguel Medina, Armando Busquets, Marcela Silvestre, Andrea Moreira, Ketgly Solórzano, Josué

¹ Ver Anexo #1: Matriz de diseño metodológico.

² Ver Anexo #2: Encuestas realizadas en el proceso de investigación.

³ Ver Anexo #3: Fotos de proceso de investigación y recorrido de la escena.

Rodríguez. Por consiguiente así mismo en la respectiva investigación de campo en espacios como el MAAC, Espacio Onder, N.A.S.A.L, Casa del Barrio, Museo del Cacao (MUCAO), Country Club Samborondón, este involucramiento dentro de la escena permitió a través de observación y el diálogo interactivo con artistas, curadores, gestores culturales, el público conocedor y no conocedor, captar las experiencias vividas, percepción y emoción de los jóvenes en relación con el arte contemporáneo.

Dentro de los hallazgos encontrados el público joven asiste a estos espacios, eventos, exposiciones, sin embargo, lo hacen, en la mayoría de los casos como un plan “aesthetic”, en el que buscan crear contenido atractivo para sus redes sociales. Esta aproximación superficial evita que logren adquirir conocimiento acerca de lo que se está tratando, ya sea del artista, la obra en sí, o incluso tener una experiencia personal inmersiva con su alrededor.

Este fenómeno está influenciado por varios factores. Uno de ellos es la escasa visibilidad y promoción de eventos y espacios dedicados al arte contemporáneo. Muchos jóvenes encuestados expresaron que su falta de interés se debe, en parte, a la falta de información y acceso a estos ambientes culturales. Además, los hallazgos sugieren que existe una percepción de elitismo y exclusividad en torno al arte contemporáneo, lo que podría estar alejando a un segmento más amplio de la población joven.

Árbol de Problema

El Árbol de Problemas presentado en los anexos⁴ ilustra visualmente. Este análisis destaca la importancia de intervenciones dirigidas a promover un mayor interés y un consumo más significativo de las AVC entre los jóvenes.

En el marco de esta investigación, el problema central identificado en esta edición: Escaso intereses sobre la escena de las artes visuales contemporáneas por parte del público joven en Guayaquil. Esto se debe a una causa estructural que es la carencia de educación y valoración artística de la sociedad Guayaquileña. Teniendo así mismo el efecto macrosocial: El desconocimiento crítico y reflexivo de público joven sobre la escena de las artes visuales contemporáneas de Guayaquil.

Se encontraron 4 causas principales que ocasionan un escaso interés sobre la escena de las artes visuales contemporáneas por parte del público joven en Guayaquil, en la investigación de campo realizada, con actores claves de la escena de las artes visuales contemporáneas. Se encontró que las dos causas principales son producto de las siguientes causas:

- Limitado consumo de las artes visuales contemporáneas por parte del público joven.
- Los espacios de la gestión de las AVC son limitados.
- La gestión cultural carece de comunicación promocional estratégica.
- Educación formal insuficiente sobre las artes visuales contemporáneas.

En base a estos, se plantearon dos causas críticas para comenzar con la creación e implementación del proyecto:

⁴ Ver Anexo #4, donde se visualiza el Árbol de problemas

1) Conocimiento crítico limitado sobre la escena de las artes visuales contemporáneas en el público joven.

Tomando como referencia la baja motivación para asistir a espacios, eventos, y exposiciones de las artes visuales contemporáneas en Guayaquil y su limitado conocimiento crítico sobre la escena.

2) La gestión cultural carece de espacios de diálogo para fomentar estrategias de formación de público joven de las artes visuales contemporáneas.

Esta viene de una causa crítica que es que la gestión cultural carece de espacios de diálogo para fomentar estrategias de formación de público joven de las artes visuales contemporáneas. Lo que provoca el desconocimiento por parte del público.

Esta situación perpetúa una desconexión cultural, la falta de conocimiento crítico sobre el arte contemporáneo entre los jóvenes puede atribuirse a una brecha educativa, donde la educación artística es a menudo marginada o infravalorada en la etapa escolar, colegial y así mismo en las Universidades, aunque ya Guayaquil ha evolucionado y hay un crecimiento importante en el interés, aún sigue siendo para cierto grupo de personas.

EL PROYECTO

Una vez culminado el proceso de investigación, analizado su causas principales y poder contribuir al proyecto y ejecución de los componentes indicados , , planteados en la matriz de

marco lógico⁵, en esta novena edición, [00] establece como propuesta la creación de un nuevo medio digital para GYEARTE en Tik Tok el mismo que tiene como nombre “Juguito de arte”, y dar continuidad al PODCAST, con un nuevo episodio para fomentar un espacio de diálogo para fomentar el diálogo con gestores culturales para la formación de público joven de las artes visuales contemporáneas.

Resultado esperado 1: Ampliado el conocimiento crítico del público joven sobre la escena de las artes visuales contemporáneas en Guayaquil.

Juguito de Arte emerge como una respuesta dinámica a la necesidad de integrar a los jóvenes guayaquileños al mundo de las Artes Visuales Contemporáneas (AVCs). Consciente de lo diverso de la escena artística de la Perla del Pacífico, este proyecto buscó democratizar al arte contemporáneo, presentando de una forma accesible y relevante para la juventud. A través de un enfoque cercano y una comunicación adaptada a las preferencias y el lenguaje de los jóvenes, Juguito de Arte aspira a fomentar un interés genuino y sostenible por parte de este público.

Se preguntarán: ¿De dónde viene el nombre “Juguito de Arte”? y ¿porque es una cajita de jugo?.

“Juguito de arte” ⁶ nació de los memes, en la actualidad los jóvenes, en las plataformas digitales, les llama la atención contenido entretenido, se tomó como referencia el meme de juguito publicado el 27 de junio del 2017 ⁷, el mismo que se hizo viral, 1 año después se publica la misma foto, pero cambia la etiqueta del juguito y cambiando de contexto diferentes

⁵ Ver Anexo #5, Matriz de Marco Lógico

⁶ Ver Anexo #5: Diseño de juguito de arte.

⁷ Ver Anexo #7: Meme de referencia de juguito publicada el 27 de junio del 2017.

situaciones, volviéndolo un meme y así mismo viralizándose, la misma foto con contextos diferentes⁸ en un sin número de replicaciones.

Es así como mediante un meme, se llegó a un nombre con potencial orgánico y en un lenguaje de común para los jóvenes: “Juguito de Arte” puesto que en la actualidad esto se ha convertido en un intercambio de información entre los jóvenes, de compartir historias, experiencias, entretenimiento. Esto sumado a la plataforma digital de Tik Tok, es la herramienta que se creó para brindar el contenido de artes visuales contemporáneas al público joven.

Para la ejecución de este resultado esperado se realizaron diez actividades: Como parte previa a las actividades se abrió la cuenta en Tik Tok la misma que tiene el nombre de @juguitodearte. Es así como da inicio a la visita de la escena de las artes visuales contemporáneas.

Se planificaron visitas a exposiciones, proyectos, muestras, y realizar la cobertura en cada uno de estos espacios como: Casa del Barrio, Museo del Cacao (MuCAO), M.A.A.C., Museo Municipal, Fundación ProArte en el Guayaquil Country Club, Proyecto N.A.S.A.L. Asimismo durante las coberturas, se entrevistó a artistas como: Roberto Noboa, Jaime Nuñez del Arco, Francesca Palma, Jorge Aycart, Andrea Mejia, Jorge Velarde, Miguel Medina, Saidel Brito, Armando Busquets, y también artistas emergente como: Andrea Moreira, Ketgly Solórzano, Josué Rodríguez, Marcela Silvestre. Esto permitió obtener información de los textos curatoriales, artistas, curadores, para realizar los respectivos guiones y a su vez grabar, tomar fotografías, para de esta manera subir el contenido a la red social Tik Tok e Instagram.

⁸ Ver Anexo #8: Meme de juguito publicada en diferentes contextos.

Metodología de investigación para redes

Para comprender a profundidad el panorama cultural de las plataformas digitales, y las preferencias de los jóvenes de Guayaquil, se implementó una metodología basada en encuestas y análisis detallado de redes sociales existentes en el ámbito del arte y la cultura.

Las encuestas fueron diseñadas para captar las tendencias, gustos y expectativas del público joven, proporcionaron datos valiosos sobre sus patrones de consumo cultural y su relación con las AVCs. Paralelamente, se analizaron diversas plataformas digitales enfocadas en la difusión artística para identificar contenidos exitosos y áreas de mejora, permitiendo así una comprensión más completa del escenario digital actual.

En base a la información recopilada, se desarrolló una estrategia de comunicación integral diseñada para resonar con el público joven. Utilizando un lenguaje y formatos que les resulten familiares, se enfocó en crear contenido que no solo informa, sino que también invitara a los jóvenes a explorar y participar activamente en la escena de las AVCs. La implementación de la estrategia implicó una constante adaptación y refinamiento, basados en la retroalimentación, así como en el análisis continuo de las métricas de participación de la audiencia, esto aseguró que los contenidos del proyecto sigan siendo relevantes dentro de su público.

Estrategia de comunicación y gestión de contenido

La estrategia de comunicación se enfocó en tácticas orgánicas, priorizando la autenticidad y la conexión genuina con el público. Basándonos en la retroalimentación continua, el proyecto adaptó su contenido para mantenerse en resonancia con las preferencias de los jóvenes. Se experimentaron con distintos formatos y tendencias como vídeos estilo Wes Anderson, para atraer a la audiencia de una manera creativa y visualmente atractiva.

La creación de contenido incluyó una inmersión profunda en la escena de las AVCs de Guayaquil a través de visitas a exposición y encuentros con artistas. Estas actividades no sólo enriquecieron la comprensión del proyecto sobre las obras y sus creadores, sino que también proporcionaron material auténtico para la creación de contenido; esto a su vez permitió transmitir intenciones y mensajes subyacentes de las exposiciones. Este enfoque de primera mano ayudó a producir contenidos que reflejaban fielmente la esencia del arte y la visión del artista, fomentando así una conexión más profunda entre la audiencia joven y la escena artística local.

Uno de los desafíos principales fue incrementar el alcance y la interacción sin depender de pautas pagadas. Logramos superar la adversidad al implementar estrategias de contenido que aprovecharon momentos clave y tendencias logrando así una mayor visibilidad y compromiso.

Con un enfoque especial hacia el público joven Juguito de Arte para la creación del contenido en TikTok y sus pilares de comunicación, centrados en los aspectos educativos,

informativos y entretenidos, planeó la agenda cultural, para realizar la cobertura en cada uno de estos espacios para la creación del contenido.

Desarrollo de contenido

Es relevante señalar que las exposiciones seleccionadas para ser abordadas en TikTok fueron escogidas según criterios y estándares de calidad establecidos por los miembros del equipo de la novena edición junto con las tutoras. Dichos criterios incluían la trayectoria del artista, cuál había sido su formación, el trabajo activo de los artistas, la calidad del espacio expositivo, la participación de curadores, entre otros aspectos.

En total, se cubrieron ocho exposiciones de las artes visuales contemporáneas de Guayaquil, destacando tanto artistas consagrados como emergentes en la escena. Para cada muestra, se estableció la meta mínima de crear cuatro videos, tomando en cuenta aspectos como el concepto general de la exposición, curiosidades sobre el artista, sus experiencias, detalles específicos sobre las obras y la respuesta del público visitante. Un video se destinaba exclusivamente a la entrevista con el artista, a menos que se tratara de una exhibición con múltiples artistas, como fue el caso de "Desmembramiento de Acteón" presentada por ProArte en el Guayaquil Country Club, donde se llevaron a cabo seis entrevistas, una por cada artista que participaba en la exposición.

Las exposiciones que se cubrieron (en orden cronológico) fueron:

- “Hotaru no Hikari ‘La luz de la luciérnaga’”⁹ de Roberto Noboa en el M.A.A.C., bajo la curaduría de Mónica Espinel de Reich.
- “Jaime N del Arco”¹⁰ de Jaime Nuñez del Arco en Casa del Barrio bajo la curaduría de Ana Rosa Valdez.
- “No todas las rocas son montañas”¹¹ de Francesca Palma en Proyecto N.A.S.A.L., bajo la curaduría de Giada Lusardi;
- “Las máscaras fibrosas sobre los flujos de Ilyx y Ptyx”¹² de Jorge Aycart Larrea, Andrea Mejia, Andrea Moreira, Ruth Cruz y Jean Carlo Guizado en el M.A.A.C., bajo la curaduría de Jorge Aycart Larrea.
- “Una serpiente de polvo”¹³ de Miguel Medina en Casa del Barrio, bajo la curaduría de Rodolfo Kronfle Chambers.
- “Desmembramiento de Acteón”¹⁴ de Jorge Aycart Larrea, Saidel Brito, Armando Busquets, Josué Rodríguez, Andrea Moreira y Ketgly Solórzano de ProArte en el Guayaquil Country Club, bajo la curaduría de Jorge Aycart Larrea.
- “El fósil de López”¹⁵ de Gabriela Rivadeneira y Hugo Idrovo en el Museo del Cacao.
- “Todo empezó amaneciendo”¹⁶ de José Luis Macas en Casa del Barrio, bajo la curaduría de Giada Lusardi.

⁹ Ver Anexo #9: Visita a la exposición Hotaru No Hikari la luz de la luciérnaga de Roberto Noboa en el MAAC.

¹⁰ Ver Anexo #10: Visita a la exposición de Jaime Nuñez del Arco, en Casa del Barrio.

¹¹ Ver Anexo #11: Visita a la exposición No todas las rocas son montañas de Francesca Palma en Proyecto N.A.S.A.L.

¹² Ver Anexo #12: Visita a la exposición Las Máscaras fibrosas sobre los flujos de Ilyx y Ptyx en el MAAC.

¹³ Ver Anexo #13: Visita a la exposición Una Serpiente de Polvo en Casa del Barrio de Miguel Medina.

¹⁴ Ver Anexo #14: Visita a Desmembramiento de Acteón de Fundación ProArte en el Guayaquil Country Club. Los artistas fueron: Saidel Brito, Armando Busquets, Jorge Aycart, Josué Rodríguez, Ketgly Solórzano y Andrea Moreira.

¹⁵ Ver Anexo #15: Visita al Fósil de López de Gabriela Rivadeneira y Hugo Idrovo en el Museo del Cacao.

¹⁶ Ver Anexo #16: Visita todo empezó amaneciendo

Para la exposición “Hotaru no Hikari ‘La luz de la luciérnaga’”¹⁷ de Roberto Noboa, se desarrollaron cinco videos, enfocados en la simbología abstracta de la luciérnaga alrededor de toda la exposición, el recuento de conejos, el cuadro “El vacío” y un video del trend de Wes Anderson. Para realizar los videos se visitó la exposición tres veces, en la visita guiada, donde se pudo obtener información del artista y de la curadora al narrar el significado de cada una de las obras, al igual que la experiencia del artista al pintar sus cuadros. Además, Roberto Noboa nos brindó una entrevista donde profundizó temáticas de la visita guiada.

En la muestra pictórica “Jaime N del Arco”¹⁸ de Jaime Nuñez del Arco se realizaron cinco videos, uno de ellos siendo la entrevista con el artista / escritor, que estuvo muy alegre de poder parte del proyecto GYEARTE, nos compartió detalles sobre su obra tipográfica, al igual que su experiencia personal, como el mismo se consideraba un “mal dibujante”, pero que hay que apropiarnos de nuestras dificultades, que eso mismo es lo que nos hace diferentes y destacar frente a los demás. Además, se realizaron videos sobre las temáticas abordadas por el artista, tales como la política juguetona, la música, el ser guayaco y las tipografías. Para esta muestra se visitó la exposición el día de su inauguración.

En “No todas las rocas son montañas”¹⁹ de Francesca Palma se hicieron seis videos en total. En los videos se comunica sobre el nombre de la exposición, el uso audaz de colores fluorescentes, los montajes no tradicionales, las texturas y efectos clarososcuros en las rocas de las obras y el cuadro “My perceptual field is full of reflection”, el cual se destacaba al ser el

¹⁷ Ver Anexo #17: Portada de los 5 videos de Tik Tok de Juguito de arte “Hotaru no Hikari ‘La luz de la luciérnaga’

¹⁸ Ver Anexo #18: Portada de los 5 videos de Tik Tok de Juguito de arte “Jaime N del Arco”

¹⁹ Ver Anexo #19: Portada de los 6 videos de Tik Tok de Juguito de arte “No todas las rocas son montañas” 21 de Francesca Palma

único cuadro negro de la muestra. Palma en su entrevista nos brindó detalles de su propuesta pictórica. En esta muestra se realizaron 3 visitas a la exposición, el día de la inauguración, una entrevista y visita guiada privada por la artista, y finalmente para realizar videos de las obras cuando el museo se encontrará vacío.

Para la exposición “Las máscaras fibrosas sobre los flujos de Ilyx y Ptyx”²⁰ de Jorge Aycart Larrea, Andrea Mejia, Andrea Moreira, Ruth Cruz y Jean Carlo Guizado se produjeron ocho videos. Las temáticas de los videos fueron en relación a la organización del espacio curatorial de la muestra, es decir Máscaras, Ilynx y Ptyx, cada una resaltando un tópico desarrollado por los artistas.

También se realizaron videos de la materialidad de las cosas, lo cual invitaba al grupo objetivo a realizar un ejercicio de contemplación que desvelaba los secretos de la muestra. Para esta exposición se realizaron cuatro visitas, en la inauguración, visita guiada y para grabar los videos con detenimiento. Por otro parte, se realizaron tres entrevistas, la primera fue con la artista Andrea Mejía vía Zoom, la segunda con el artista y curador Jorge Aycart Larrea vía Zoom, y la tercera y última también fue con Aycart, esta fue en persona durante la visita guiada, él fue quién nos invitó personalmente a la visita. También se realizaron dos videos entretenidos, mostrando los espacios de la exposición y un “asmr”, ya que la exposición también era auditiva.

En la exposición “Una serpiente de polvo”²¹ de Miguel Medina se desarrollaron cinco videos en total. Dentro de las temáticas comentadas se habló de la serie del artista Ouroboros,

²⁰ Ver Anexo #20: Portada de los 8 videos de Tik Tok de Juguito de arte “Las máscaras fibrosas sobre los flujos de Ilyx y Ptyx” de Jorge Aycart Larrea, Andrea Mejia, Andrea Moreira, Ruth Cruz y Jean Carlo Guizado

²¹ Ver Anexo #21: Anexo 23: Portada de los 5 videos de Tik Tok de Juguito de arte “Una serpiente de polvo” de Miguel Medina

inspirada en la icónica serpiente que devora su cola. También se comentó sobre la ciencia, el mito, la exploración del origen del universo, el mundo astrológico, etc. Para esta muestra se visitó la exposición el día de su inauguración, donde Medina nos brindó una entrevista y nos comentó su experiencia en su primera exposición post universitaria, la división del espacio del museo, entre otras temáticas.

Para la muestra “Desmembramiento de Acteón”²² de Jorge Aycart Larrea, Saidel Brito, Armando Busquets, Josué Rodríguez, Andrea Moreira y Ketgly Solórzano se hicieron trece videos. Los videos consistían en compartir temáticas y obras de cada uno de los artistas, al igual que las entrevistas que se les realizó el día de la inauguración. Esta exposición se caracterizó por ser un proyecto formativo de la Universidad de las Artes, donde tres profesores y tres estudiantes trabajaron con sinergia sobre la idea de la pintura como materia vibrante y pensante en la figura de Acteón. Cada uno de los artistas nos brindaron su perspectiva única sobre la temática seleccionada y cómo trabajaron a partir de la misma.

En “El fósil de López”²³ de Gabriela Rivadeneira y Hugo Idrovo se realizaron cinco videos. Para esta exposición se hicieron dos visitas al museo, una de ellas siendo una visita guiada con una de nuestras guías Lupe Álvarez, la cual nos abrió los ojos sobre el real significado de esta muestra artística. Los videos tratan sobre una inmersión conceptual que desafía dos narrativas sobre el cacao en Ecuador, las piezas dispuestas como hallazgos arqueológicos, la serie “El siglo” y el desafío de la credibilidad a partir de la creación de personajes ficticios. La exposición invita a reflexionar sobre la construcción de archivos y la

²² Ver Anexo # 22: Portada de los 13 videos de Tik Tok de Juguito de arte “Desmembramiento de Acteón” de Jorge Aycart Larrea, Saidel Brito, Armando Busquets, Josué Rodríguez, Andrea Moreira y Ketgly Solórzano

²³ Ver Anexo #23: Portada de los 5 videos de Tik Tok de Juguito de arte “El fósil de López” de Gabriela Rivadeneira y Hugo Idrovo

ambigüedad entre la realidad y la ficción. Además, de cuestionar el pasado y destacar las omisiones en archivos reales.

En la muestra pictórica “Todo empezó amaneciendo”²⁴ de José Luis Macas se desarrollaron seis videos. Dentro de las temáticas abordadas se encuentra el destacado trabajo fotográfico del artista durante una década, la obra “Equidistancias” y la obra “No es el río lo que se mira”. Para realizar los videos se visitó la inauguración de la exhibición, donde Macas nos colaboró al participar de una entrevista / visita guiada.

Por otro lado, le hicimos una entrevista a la artista Marcela Silvestre, quién n compartió lo que significó para ella compartir su arte en el medio digital, más específico su obra “nalguéame, pero también dame vestidos en la frente...” presente en la exposición “Diez en Una” en el Museo Municipal de Guayaquil, dirigida por el destacado profesor Saidel Brito en la Universidad de las Artes. Nos comentó cómo está exposición al medio digital se reflejó en el incremento sustancial de su comunidad y la respuesta de los espectadores en los museos al presenciar sus piezas pictóricas.

Adicional, realizamos una entrevista al artesano que pinta, Jorge Velarde, docente de la Universidad de las Artes. Él compartió su trayectoria como artista, como la situación para un artista de su edad ha cambiado y lo duro que fue llegar a donde está. También nos comentó su estilo y personajes que ha desarrollado. Y nos contó sobre una problemática que ha identificado como profesor, es decir, que los estudiantes que se encuentran estudiando para ser artistas no

²⁴ Ver Anexo #24: Portada de los 6 videos de Tik Tok de Juguito de arte “Todo empezó amaneciendo” de José Luis Macas

conocen sobre artistas ecuatorianos, y que lo irónico es que cada vez hay más artistas nuevos en la escena, pero que muchos de ellos lo dejan.

Para Juguito de Arte, las AVCs no son solo manifestaciones estéticas, sino también un medio poderoso para entender, conectar y cuestionar con el entorno. Esta iniciativa buscó ir más allá de la exposición superficial artística, y más bien crear un diálogo interactivo donde los jóvenes no sean solo espectadores, sino también participantes activos en la narrativa cultural de su ciudad, por tal motivo, Juguito de Arte no se limitó a ser una simple agenda cultural, más bien se presentó como una plataforma dedicada exclusivamente a la visibilización, promoción y difusión de las artes visuales contemporáneas.

Inclusión y accesibilidad

Para GYEARTE", la inclusión y accesibilidad en las artes visuales fueron fundamentales. Se implementaron estrategias enfocadas en presentar el arte de una forma que fuera tanto accesible como atractiva para los jóvenes. Esto incluyó el uso de un lenguaje claro y sencillo, evitando terminología compleja que pudiera desalentar a aquellos menos familiarizados con el arte. Se enfatizó en contenido educativo, proporcionando contexto y explicaciones que permitieran a los jóvenes conectar personalmente con las obras.

El proyecto también se concentró en adaptar el arte a formatos digitales y visuales, adecuados a las preferencias de la audiencia joven. Se exploraron diversas maneras de presentar el arte, como la adaptación de temas artísticos a formatos populares en redes sociales, para hacer el arte no solo más accesible sino también más relevante y atractivo. Estas iniciativas no

solo aumentaron la accesibilidad al arte, sino que también promovieron una comprensión y aprecio más profundos hacia las artes visuales contemporáneas.

Planes a futuro y sostenibilidad

En la fase de análisis del proyecto, se identificó que una de las claves para el éxito es la capacidad de adaptarse y ser flexible. Esto es especialmente relevante en el ámbito del arte contemporáneo, donde las tendencias y preferencias del público joven están en constante cambio. La experiencia acumulada durante la ejecución del PAP resalta la importancia de estar siempre actualizado en cuanto a tendencias digitales y gustos del público objetivo.

De cara al futuro, el proyecto tiene un potencial considerable para crecer y diversificarse. Esto podría incluir ampliar las colaboraciones con artistas e instituciones, tanto a nivel local como internacional, y la integración de nuevas tecnologías y plataformas digitales para alcanzar una audiencia más amplia. También se contempla la posibilidad de organizar eventos y actividades presenciales que complementen la experiencia digital, fortaleciendo así la comunidad alrededor del arte contemporáneo. Estas futuras direcciones tienen como objetivo no solo mantener la sostenibilidad del PAP sino también potenciar su impacto cultural en Guayaquil.

Juguito de Arte estableció colaboraciones valiosas con artistas, curadores, y gestores culturales en Guayaquil, esto enriqueció notablemente el contenido ofrecido en la plataforma. Estas asociaciones permiten una representación auténtica y diversa de la escena. La colaboración con instituciones como el MAAC, y el Museo del Cacao, entre otros, facilitó la creación de contenido genuino que reflejó una rica herencia cultural.

En términos de alcance y compromiso, Juguito de Arte logró un impacto positivo. Con métricas que incrementaron con el pasar del tiempo, se logró fidelizar un tráfico promedio de 700 views y un engagement del 11%. Esto indica un interés del público joven en el arte contemporáneo en Guayaquil.

El potencial y alcance del proyecto evidenció claramente el crecimiento sostenido de la audiencia y su interacción. A pesar del desafío, como la limitación de no usar pautas pagadas, la plataforma demostró su capacidad de captar y mantener la atención del público joven. Aunque los resultados son modestos, indican un potencial significativo para futuras iniciativas y expansiones, basándose en la sólida base de audiencia ya establecida.

A su vez, una vez publicado el video en Tik Tok, se estableció una estrategia digital para Instagram de GYEARTE, para realizar la invitación al público de esta red social hacia Tik Tok. Se publica un post en modo carrusel²⁵, de cada uno de los entrevistados, con fragmentos claves de la entrevista. Esto daba a conocer e invitar a ver la entrevista completa en la red de Juguito de arte.

Resultado esperado 2: Fomentado el diálogo con gestores culturales para la formación de público joven de las AVC

A su vez se retomó la iniciativa de la Séptima Edición AVCDARIO, con un nuevo capítulo, el mismo que aborda el resultado esperado dos: Fomentar el diálogo con gestores culturales para la formación de público joven de las artes visuales contemporáneas. Gestores

²⁵ Ver Anexo #25: Donde se muestra post con cada uno de los artistas entrevistados.

culturales claves de la escena fueron partícipes: Stephanie García, directora de Gestión Cultural y de Sala del Museo del Cacao (MUCAO), Juan Javier Canessa de Vertical, Julie Garcia, Gestora Cultural de Casa del Barrio. En quienes se buscó mediante este espacio de diálogo entender cómo desde su profesión dan valor a la expansión de conocimiento de la escena a ese público no conocedor sobre la escena de las artes visuales contemporáneas. Para el criterio de selección de estos tres gestores culturales se tomó en consideración la trayectoria dentro de la escena. Para la moderación se seleccionó a la directora de GYEARTE Zaylín Brito, quien puso en valor el objetivo de la estrategia de Juguito de Arte.

Para la ejecución de este espacio se realizaron las siguientes actividades:

- Invitar formalmente a gestores culturales a dialogar y participar en el podcast. ²⁶
- Creación de estructura y planificación del podcast. ²⁷
- Disponer de un espacio físico para la grabación del episodio de podcast que se dio en la universidad casa grande. ²⁸
- Realizar la dirección de arte. ²⁹
- Tener el equipo de producción audiovisual adecuado para la grabación.

La ejecución de grabación se dio el día 28 de noviembre en la Universidad Casa Grande, la misma que debió estar lista la dirección de arte, revisión de los equipos de sonido, cámara, para dar inicio. Dentro de la logística se esperó a cada uno de los invitados en el edificio mayor. Cuando ingresaron se dio la bienvenida y comenzó la grabación minutos después.

²⁶ Ver Anexo #26: Carta de invitación para la participación en el PODCAST.

²⁷ Ver Anexo #27: Estructura y planificación del PODCAST.

²⁸ Ver Anexo #28: Espacio de grabación en la Universidad.

²⁹ Ver Anexo #29: Dirección de arte.

Una vez finalizado la grabación comenzó el proceso de postproducción:

Proceso de Postproducción para el Video podcast "EL AVCDARIO"

Después de la sesión de grabación del video podcast "EL AVCDARIO", se llevó a cabo un minucioso proceso de postproducción para garantizar la calidad visual y auditiva del contenido final. A continuación, se detallan los pasos clave del proceso:

Importación de Material:

Se importaron los archivos de video y audio obtenidos durante la grabación en el software de edición seleccionado. Cada archivo se organizó en carpetas específicas para facilitar el acceso y la gestión.

Sincronización de Audio y Video:

Se sincronizó el audio grabado con la pista de video correspondiente para asegurar una alineación perfecta. Este proceso tomó tiempo debido a que el audio original presentó fallas y se tuvo que cuadrar todo con el audio auxiliar.

Edición de Contenido:

Se eliminaron segmentos no deseados, como pausas prolongadas, errores o momentos de baja calidad. Para mejorar la fluidez del video podcast se tuvo que omitir la mayoría de las

tomas abiertas para en su lugar colocar tomas de primera persona. Estas quedaron para los 20 minutos finales.

Corrección de Color y Gráficos:

Se ajustaron los niveles de color, brillo y contraste para lograr una apariencia visual coherente y atractiva. Se incorporaron (además de títulos) plantillas para mejorar la presentación del contenido y apoyar los temas abordados durante la sesión.

Mejora de Audio:

La reducción de ruido y la normalización del volumen fueron parte integral del proceso dado a que se usó el audio auxiliar para resolver los problemas de cortes que presentaba el audio original.

Añadir Música y Efectos de Sonido:

Se usó la música de fondo y plantillas animadas de anteriores capítulos para la intro y cierre del video. Las modificaciones se dieron en los sponsors y la voz de presentación de esos nuevos sponsors ya que no eran los mismos.

Exportación del Proyecto:

Una vez completada la edición, se exportó el proyecto para luego ser subido y evaluado en el Drive de GYEARTE antes de compartirlo en redes.

Revisión y Aprobación:

El producto fue revisado internamente para identificar posibles mejoras. Posteriormente, se compartió con el equipo para recibir comentarios y realizar ajustes finales antes de la publicación.

Con estos procesos de postproducción, el videopodcast logró presentar un contenido visualmente atractivo y auditivamente agradable para nuestro grupo objetivo.

Activaciones

Dando continuidad al proyecto, para complementar el storytelling de la estrategia de comunicación se realizó dos activaciones para acercarse al grupo objetivo de esta novena edición el público joven.

Activación - MAAC primer congreso arte contemporáneo

GYEARTE, novena edición se presentó en el PRIMER CONGRESO DE ARTE CONTEMPORÁNEO en Guayaquil, de manera colaborativa con el MAAC. Se contó con un stand donde se comentó ¿Qué es GYEARTE?, y el nuevo producto de Juguito de Arte. Proyector, Stickers³⁰, Plumas³¹, Pins³², personalizados con la marca de juguito de arte se compartió en el evento. Los TikToks realizados se mostraron mediante proyección y se contó

³⁰ Ver Anexo #31: Foto de stickers realizados para la asistencia en el evento.

³¹ Ver Anexo #32: Foto de pluma realizados para la asistencia en el evento.

³² Ver Anexo #33: Foto de pin realizados para la asistencia en el evento.

con merchandising para lograr posicionamiento de marca. Así mismo, se contó con camisetas³³, personalizadas donde cada integrante del grupo debió llevar para asistir al evento. Este evento fue de gran relevancia por el acercamiento que se mantuvo con los asistentes a este evento académico, contarles de qué se trataba el proyecto e invitarlos a seguir las cuentas de Instagram y Tik Tok. Con esta activación se reforzó el público objetivo con el que ya contaba GYEARTE, acercarse a los distintos gestores y artistas participantes del evento y tener presencia de marca dentro de la escena artística de Guayaquil.

Activación UCG

Como segunda actividad de reactivación, se realizó en la UCG³⁴ para dar a conocer entre los jóvenes casagrandinos, comenzando desde casa. Se realizó, merchandising, consistió, en realizar un sorteo a través de las redes sociales de GYEARTE, donde debías, tomarte una fotografía en el stand de Juguito de Arte, para luego publicar en stories de Instagram y TikTok etiquetando a las respectivas cuentas de GYEARTE y participaban por premios. Se sorteó camisetas con el diseño de juguito de arte y los logos de los auspiciantes. En esta actividad también se realizó acercamiento con los jóvenes y se explicó de qué se trataba el proyecto de este año. Varios jóvenes destacaron que ya habían visto en TikTok y en Instagram. Con esta activación se atrajo nuevo público a las redes y permitió conocer más reflexiones de los jóvenes acerca del arte en Guayaquil, lo que permitió perfeccionar los contenidos publicados.

³³ Ver Anexo #34: Foto de camiseta realizados para la asistencia en el evento.

³⁴ Ver Anexo #35: Fotos de reactivación de marca de GYEARTE, dentro de la UCG.

Dentro de la UCG, adicional como una segunda activación, se llevó a cabo, consistió en llevar el bigboy³⁵ de Juguito de arte por el campus repartiendo merchandising. Se pegaron stickers de Juguito de arte con un código QR que te redirecciona directo a la página de Tik Tok en diferentes puntos de la universidad, de esta forma se generó reconocimiento y posicionamiento de marca.

Gestión y negociación de auspiciantes

Por otra parte, para la implementación del proyecto, se necesitó contar con presupuesto económico, esto dio la consecución de conseguir auspiciantes. Esta actividad fue importante para la realización de otras actividades anteriormente programadas como lo fueron las activaciones tanto en el MAAC como en la UCG, así también como la producción de merchandising. Para la consecución de auspiciantes fue muy importante el uso de una base de datos con la que se contaba y contactos cercanos. Se elaboró un formato carta de auspicio³⁶ en formato PDF y en formato PPT³⁷, el mismo que detalla los paquetes a ofrecer: Paquete Bronce (\$150), Paquete Silver (\$250), Paquete Gold (\$350). Una vez la reunión se realizó, si la empresa contactada indicaba que sí estaba interesada, se procedía a culminar su participación con una carta de acuerdo³⁸ firmado indicando el paquete que seleccionan entre el auspiciante y GYEARTE.

³⁵ Ver Anexo #36: BigBoy de Juguito de Arte

³⁶ Ver Anexo #37: Carta de Auspicio donde se detalla los paquetes que pueden elegir para la colaboración en GYEARTE.

³⁷ Ver Anexo #38: PPT donde se presenta línea de tiempo de GYEARTE y los paquetes.

³⁸ Ver Anexo #39: Acuerdo de Auspiciante

El primer auspiciante que se consiguió fue el de Venezia, comercializadora de productos para repostería. A través de una conversación de WhatsApp directamente con la dueña de la marca, se negoció para trabajar a través de un canje económico y de producto para el evento final.

Esto dio la facilidad para que otras marcas a las cuales se les hizo la propuesta de trabajar con GYEARTE. La segunda marca que accedió fue Watch World, importadora y comercializadora de relojes de gama media y alta. Se siguió usando el mismo medio de comunicación para cerrar el acuerdo y en este caso el acuerdo fue netamente económico.

Seguido a estas dos primeras marcas, se unieron Comsucre, una de las marcas que más se alineó a GYEARTE puesto que su giro de negocio es la distribución de materiales para arte y más útiles. El acuerdo se cerró de forma virtual siendo un canje de dinero. A la par, Fussion by Angélica Santamaria, también quiso formar parte del proyecto. En este caso el acuerdo se cerró de forma presencial siendo la única marca que además de dinero también dio producto como parte del trato. En este caso su giro de negocio que es alimentos gourmet, los cuales estuvieron presentes en el podcast para los invitados, y también iban a tener presencia en el evento final.

La marca con la cual se obtuvo el mejor acuerdo fue Ecuavía, importador y representante de BMW, Porsche y Mini en Guayaquil, alineándose un poco con la clase de público que sigue GYEARTE. Con esta marca el primer acercamiento fue a través de chats y llamadas telefónicas para una posterior reunión presencial con el presidente de la empresa y el

gerente de marketing. El acuerdo fue netamente dinero, siendo el monto más grande de todos los auspiciantes.

Por lo contrario, no todas las respuestas fueron positivas, hay marcas con las que se trató de cerrar acuerdos pero que no fue posible. Una de ellas fue Floralp, con la cual se tenía pensado ofrecerle canje con productos para el evento final. Sin embargo, directamente no se obtuvo respuesta alguna a pesar de la insistencia hacia los distintos representantes. Y por último Dos hemisferios, marca que parecía clave puesto que su producto, vino, iba con la línea de GYEARTE. Se pensó en trabajar mediante canje para el evento final que por situaciones externas no se pudo realizar. Se contactó con el representante legal en el mes de diciembre y dijeron que darían respuestas en enero. Finalmente, la respuesta fue negativa por motivos económicos de la empresa. Breve resumen de auspiciantes que aceptaron y el paquete seleccionado para ser participe del proyecto de esta novena edición de GYEARTE. Como se muestra en la Tabla 1 en Anexos.³⁹

RESULTADOS

El primer resultado es el ampliado el conocimiento crítico del público joven sobre la escena de las artes visuales contemporáneas en Guayaquil, que se llevó a cabo una estrategia a partir de los tipos de contenido proporcionados: informativo, educativo y entretenido. Apostar por un tono y lenguaje jovial e identificativo para el público objetivo, fue ideal para lograr un engagement y alcance orgánico.

³⁹ Ver Anexo #40: Tabla 1

Una vez que las métricas⁴⁰ de la cuenta de TikTok de Juguito de Arte fueron analizadas, estos son los siguientes resultados. Se llegó a un total de 352 seguidores, de los cuales el 62% representa al género femenino, mientras que el 38% representa al género masculino.

Con respecto al rango de edad, un 46% representa a jóvenes de 18 a 24 años. Estos datos ratifican que se cumplió con llegar al público objetivo. No obstante, no se descarta los otros grupos etarios que representan: un 40% pertenece a personas de 25 a 34 años; de 35 a 44 años un 8%; de 45 a 54 años un 3%, y de 55 años y más un 3%.

Esta variación de los grupos etarios también se debe a que se promocionó el producto a través de la cuenta de Instagram de GYEARTE, la misma que ya está posicionada y el grupo etario mayoritario pertenece a un rango de 25 a 34 años, representando el 45% de la audiencia. Sin embargo, el 20,3% representa a personas de 18 a 24 años, y de 35 a 44 años un 22.8%.

El haber llegado a un 46% de jóvenes de 18 a 24 años también influye a que, según un estudio de Mentinno Group, publicado en mayo del año 2023, mostró que TikTok es la segunda red social más usada en Ecuador, luego de Facebook. Con un total de 11,91 millones de usuarios, el grupo etario más predominante es el rango de 18 a 24 años, representando un total del 48,88%.

Haber elegido esta plataforma como para la novena edición de GYEARTE fue muy pertinente para llegar a ese público.

⁴⁰ Ver Anexo #41: Métricas de Tik Tok.

Y por último, como segundo resultado de la ejecución del proyecto, se fomentó el diálogo sobre estrategias para la formación de público joven de las artes visuales contemporáneas en Guayaquil a partir de la participación en el podcast “AVCEDARIO” de 3 gestores culturales de la ciudad. Para su realización, se hizo lo siguiente. Se los invitó formalmente, y luego se creó la estructura y planificación del episodio. A partir de ello, se dispuso de la cabina para la grabación y hubo una dirección de arte para la escenografía. Una vez que se gestionó conseguir los equipos adecuados de producción, llegó la fecha para grabar el episodio y posteriormente realizar la post producción, y una vez que esté listo el producto, realizar su debida promoción.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Este fue un proyecto extenso con una amplitud bastante grande. Estas son algunas de nuestras conclusiones principales:

La escena artística de Guayaquil se benefició de tener un medio de difusión pensado para redes sociales, el mismo que adaptó ideas de contenido de la escena local, contrastando con estrategias, tendencias de contenido, para el público objetivo de esta novena edición.

Los jóvenes guayaquileños son curiosos, e inconscientemente están buscando aquello que los representa. Las exhibiciones demostraron tener el poder de conectar con el público joven gracias a los conceptos, y aproximaciones usadas, esto reforzó la idea de que debemos incentivarlos a vivir una experiencia cercana con las obras.

La escena artística es un trabajo en equipo en la que convergen los esfuerzos de muchas personas, hablar con cada uno de los actores clave nos permitió conocer las exhibiciones, y dinámicas a profundidad para poder crear una relación sostenible entre la escena, y GYEARTE.

Durante nuestra experiencia se logró tener algunos aciertos, los más destacados fueron la selección de la plataforma, concepto y lenguaje con el que nos comunicamos con el grupo objetivo. La sistematización de los procesos de creación de contenido nos permitió a su vez tener fluidez al momento de publicar en TikTok.

El proyecto tuvo sus desafíos y como era de esperarse desaciertos, y aunque se pudo identificar oportunamente, estos errores tomaron un poco de nuestro tiempo: siendo un tema tan amplio, nuestra aproximación desde la investigación académica fue muy extensa lo que nos dio resultados muy variados. Otro desacierto, fue que todos asistimos a las exhibiciones cuando se pudo diversificar el trabajo en esos momentos, sin embargo, esto nos permitió tener una óptica bien aterrizada sobre las temáticas, conceptos y propuestas de las obras. Así mismo, en la implementación del proyecto, al inicio en la grabación de las entrevistas, el equipo con el que se contaba no permitió tener al inicio, una calidad óptima para grabar, a tal caso que se grabó con teléfono y al persistir el problema, se acudió al contrato de servicios de grabación con una persona que contaba con el equipo de grabación adecuado. La elaboración de los guiones al inicio fue de mucho lleva y trae por cada uno de los integrantes del grupo, esto se dio porque los roles de cada uno, dentro del proyecto no se encontraban definidos, esto trajo consigo que todos hacían un poco de todo, pero no se concluía lo que se debe realizar. Por otra parte, el recurrir a última instancia con la guía en las revisiones, antes de publicar, crear, algún contenido ya sea para las redes sociales y implementación tanto del resultado esperado uno, y el resultado esperado dos. En el segundo resultado no tomar en consideración el tiempo

indicado antes de la grabación del PODCAST, también fue parte de los desaciertos, se evidenció poca organización y comunicación en el grupo. Por último, dejar todo para última hora, en la primera presentación jugó una mala pasada, teniendo como resultado una pésima presentación, sin embargo, esto se mejoró, a pesar de lo expuesto anteriormente la realización y experiencia que deja a cada uno ha sido reflexionada y tomada en cuenta siguiendo en constante mejoría.

Sabemos la importancia del trabajo que realiza GYEARTE para la comunidad artística guayaquileña, y para el público en general, y por eso llegamos a las siguientes conclusiones:

El público joven está abierto a relacionarse de una forma profunda con el arte, sin embargo, son las mismas dinámicas de la escena artística las que los hacen sentir excluidos, o infravalorados por parte de las exhibiciones. Un léxico más coloquial y cercano es una forma efectiva de conectar con ellos.

Muchas veces una experiencia negativa es todo lo que necesitan los jóvenes para crear un rechazo hacia el mundo del arte, estos jóvenes requieren una aproximación conciliadora que les permita comprender que no todas las obras buscan generar placer, y que deben encontrar desde su experiencia personal aquellas que resuenen con ellos.

Los actores clave de la escena artística podrían beneficiarse enormemente de una capacitación en estrategias de difusión, aprender a apropiarse de tendencias digitales, y de la coyuntura de sus obras puede resultar efectivo para atraer al público deseado.

Como recomendación durante la investigación, y un pilar de contenido para la creación de los videos, fue muy visible la poca información que existe de los artistas que hay dentro de la escena local, es decir se realizaba la búsqueda en Internet y la información era escasa, por

este motivo, sería de gran importancia que la página web de GYEARTE, se reactive y se realice un espacio dentro de la página y puedan agregar información relevante de sus logros, exposiciones, biografía, recorrido de la escena.

Por otro lado, GYEARTE, en todas sus ediciones ha creado contenido para las redes sociales, no obstante, este contenido debe ser explotado mediante una estrategia de marketing digital sólida, que permita que este contenido ya elaborado genere más interacción, y llegue a más personas.

Para la elaboración del contenido y dar continuidad a “Juguito de Arte” en Tik Tok, los detalles que deben tener en cuenta es definir de manera clara y concisa bajo que pilar de contenido van a crear el contenido y la secuencia que van a llevar para la publicación. Además, es recomendable que antes de ir a grabar es ideal tener en cuenta como quieren que se vea el contenido.

REFLEXIÓN CRÍTICA INDIVIDUAL

Reflexión individual sobre el aprendizaje generado a partir de la conceptualización de marca y la gestión de acciones para la difusión de Juguito de arte del proyecto GYEARTE.

Conceptualización y ejecución de actividades de difusión para el proyecto de PAP “GYEARTE” y su producto “JUGUITO DE ARTE”.

Mi primer acercamiento con GYEARTE fue en la séptima edición, a través de Suzanne Soria, participante de la misma. La pasión con la que explicaba el proyecto me transmitieron la importancia de GYEARTE dentro de la escena artística guayaquileña, en ese momento decidí que, durante mi titulación, lo elegiría como Proyecto de Aplicación Profesional para poder contagiarme de la misma pasión por la labor que había presenciado años atrás.

En las primeras etapas de investigación no entendía un sinnúmero de temas de los que indagamos, sin embargo, había algunos que resonaban conmigo. Contrastado con la participación activa en las distintas exhibiciones que nos ofrecía la escena, llegué a mi primer descubrimiento: Para participar activamente en la escena artística, se requiere un capital cultural elevado, tanto como para artistas, como para espectadores. Esto me desorientó un poco, ya que se alejaba de lo que me habían transmitido la séptima edición.

Otro descubrimiento importante de la investigación se dio debido a la constancia al asistir a las exposiciones. Nos dimos cuenta que la mayoría de los presentes eran personas recurrentes

de la escena, así llegamos a uno de lo que sería uno de las causas críticas más importantes de nuestro árbol de problemas: existe una difusión poco efectiva por parte de los gestores.

También observamos que los jóvenes asistían a las galerías por moda, o por el deseo de ser “aesthetics”, por tomarse una foto bonita, sin embargo, no hacían realmente un ejercicio de contemplación introspectivo que les permita interiorizar o ver de forma crítica la obra del artista. Poco a poco fuimos descubriendo más cosas que nos ayudaron a armar nuestra propuesta, lo que más adelante sería Juguito de arte.

Al ser un proyecto interdisciplinario, siento que todos participamos de forma activa en nuestra área de expertise, y a su vez nos ofrecimos a ayudar a los demás lo que nos imbuyó de conocimiento y habilidades de las que no disponíamos antes, quiero creer que mis aportes más relevantes fueron los siguientes:

En cualquier campaña comunicacional, conocer a tu grupo objetivo es clave y será lo que te permita diferenciarnos de la competencia, además de permitirte seleccionar el tono, los medios y recursos necesarios. Gracias a mi participación constante en las exposiciones durante la etapa de investigación, fui capaz de aportar con observaciones claras y llenas de insights sobre los asistentes, sus opiniones y necesidades. Estas observaciones fueron compartidas con el equipo y ayudaron a dar dirección a nuestro proyecto.

Revisando las ediciones anteriores de GYEARTE me di cuenta de que casi todas han sido excepcionales y han aportado al crecimiento y la visualización de las artes visuales contemporáneas en la ciudad, eso me motivó a que mi meta personal sería que esta edición no se quedaría atrás. Mi deseo era hacer algo distinto, algo que no se haya hecho antes y que responda a las problemáticas planteadas con el equipo y contexto cultural actual. Junto al equipo concluimos que la creación de una cuenta de TikTok podría ser la herramienta comunicacional perfecta.

Nuestro enfoque se centró en desarrollar una marca atractiva para los jóvenes, y el objetivo primordial fue posicionar herramientas para la contemplación consciente del arte por parte de los mismos. Nos decidimos por “Juguito de Arte”, un nombre inspirado y alineado con la tendencia del meme “Juguito de...”. Mi contribución en la fase de conceptualización, fue definir el nombre y crear una identidad visual junto a mi compañero Benny en el área gráfica. Durante este proyecto, y con un grupo con edades tan distintas, entendí que la palabra “estética” varía considerablemente entre generaciones, esto fue clave para mejorar nuestra comunicación dentro del grupo, y enriqueció mi experiencia profesional.

Para la difusión del proyecto realizamos acciones que refuercen el posicionamiento de GYEARTE. La primera activación fue dentro del primer Congreso de Arte Contemporáneo realizado en el MAAC, gestioné la movilización de los equipos que utilizamos, los horarios en los que asistirían los miembros del equipo y la creación de merch para entregar a los visitantes.

La segunda activación fue dentro de nuestra casa, la Universidad Casa Grande, aquí realizamos una dinámica con el objetivo de incrementar seguidores en nuestra cuenta de Tiktok y contarles a los estudiantes casagrandinavos sobre el proyecto de GYEARTE con la esperanza de que se interesen por la escena artística guayaquileña. Conocimos estudiantes que nos comentaron que habían visto nuestros contenidos en tiktok y habían despertado su curiosidad por asistir a las galerías mencionadas dentro de los contenidos. Esto nos llenó de orgullo.

Dentro de mi vida profesional participar en este proyecto me ha ayudado a confiar más en mis destrezas y criterio como comunicadora. En el ámbito publicitario es vital conocer a la sociedad cultural en la que habitas. GYEARTE amplió mi conocimiento sobre el arte y cultura de mi ciudad, lo que me ofrece diferentes perspectivas útiles como profesional.

Me llevo muchos aprendizajes, uno de los principales es que la escena artística de guayaquil ha ido creciendo en los últimos años y tiene incontables actividades que ofrecer, estas enriquecen nuestra cultura y patrimonio. Los espacios de difusión del arte local son de suma importancia para poder brindar visualización a los artistas y llamar a la audiencia a participar de las exposiciones. GYEARTE es, entre otras cosas, uno de ellos y me siento orgullosa de haber participado en este proyecto de tanta relevancia.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Brookings. (s.f.). New evidence of the benefits of arts education.

<https://www.brookings.edu/articles/new-evidence-of-the-benefits-of-arts-education/>

Deutsche Welle. (s.f.). The influence of social media on art.

<https://www.dw.com/en/the-influence-of-social-media-in-art/a-51810515>

Barreiro, E. (2019, 15 de febrero). Latin American art: Beyond the fairs, galleries, and stereotypes.

<https://www.evertonbarreiro.com/articles/2019/2/15/latin-american-art-beyond-the-fairs-galleries-and-stereotypes>

Le, T., & Tran, T. D. (2022). The association between arts engagement and psychological well-being in young adults: A cross-sectional study. *BMC Psychiatry*, 22(1), 98.

<https://bmcp psychiatry.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12888-022-04396-y>

City of Surrey. (s.f.). Strengthening youth through art: A report on the impact of art programs on youth well-being.

<https://www.surrey.ca/sites/default/files/media/documents/StrengtheningYouthThroughArtReport.pdf>

Polidori, A., & Mier, R. (2018). *Introducción al pensamiento crítico y la Teoría Crítica frankfurtiana*. Gedisa.

Jones, A. (Ed.). (2006). *A Companion to Contemporary Art Since 1945*. Blackwell Publishing.Harris,

Harris J. (2011). *Globalization and Contemporary Art*. Wiley-Blackwell

Minissale, G. (2013). *The Psychology of Contemporary Art*. Cambridge University Press

Pitts, S., & Price, S. M. (2021). *Understanding Audience Engagement in the Contemporary Arts*. Routledge.

ANEXOS

Anexo de la investigación del Proyecto

Anexo 1. Matriz de diseño metodológico.

Problema identificado	Escaso interés sobre la escena de las Artes Visuales Contemporáneas por parte del público joven en Guayaquil.			
Enfoque de Investigación	Mixta.			
Objetivo General (objeto de estudio)	Conocer los intereses y motivaciones del público joven sobre la escena de las Artes Visuales Contemporáneas en Guayaquil			
Objetivos Específicos	Categorías de Análisis / Variables (qué se necesita saber)	Unidades de Análisis (a quién / es)	Técnicas (con qué)	Preguntas para la técnica de Investigación
Conocer la percepción del público joven sobre la escena de las AVC de Guayaquil.	Percepción sobre la escena	El público joven, gestores culturales, curadores y artistas. (sujetos participantes).	Entrevista. Encuestas. Observación participante	¿Estás familiarizado con el concepto de AVC? ¿Te consideras parte del público conocedor de las AVC? ¿Consideras relevante tener conocimiento acerca de las AVC? En tu experiencia como artista, ¿cómo describirías al público actual de la escena artística en comparación con hace una década? ¿Qué cambios notables has observado en el tipo de público que asiste a tus exposiciones o performances? ¿Hay un grupo demográfico que se haya vuelto más prominente o alguna tendencia que destaque?
Conocer la participación del público joven en espacios, eventos y exposiciones de AVC en Guayaquil	Participación en la escena.	El público joven, gestores culturales, curadores y artistas. (sujetos participantes).	Entrevista. Investigación de campo, Observación. Grupo Focal	¿Cómo conocieron / se enteraron de la exposición? ¿Por qué asistieron al evento? ¿Son conocedores de las distintas exposiciones de las AVC en Guayaquil? ¿Reflexionas sobre las obras a las que estás expuesto? En tu opinión, ¿qué papel juegan las redes sociales y la tecnología en la formación y comportamiento del público en la escena artística actual? ¿Crees que esta interacción digital ha enriquecido o empobrecido la experiencia del arte?
Identificar el conocimiento sobre la escena de la AVC, sus componentes y actores clave que tiene el público joven.	El conocimiento sobre la escena que tiene el público joven.	El público joven, gestores culturales, curadores y artistas. (sujetos participantes).	Encuestas. Entrevistas. Grupo focal	¿Esta familiarizado con el concepto de Arte Visual Contemporáneo? ¿si tu respuesta anterior fue si, te interesa el arte? ¿si tu respuesta fue no, por qué? ¿Te consideras parte del público conocedor de las AVC? ¿Consideras relevante tener conocimiento acerca de las Artes Visuales Contemporáneas? Sí, No ¿Por qué? ¿Conoces a los artistas emergentes de las AVC de Guayaquil? ¿Por qué estas interesado en esta exposición? ¿Por cuáles medios digitales te mantienes informado acerca de los eventos de la AVC? ¿Tuvieron clases de las AVC en sus escuelas? ¿Cómo fue la experiencia? ¿Sus compañeros estaban interesados? ¿Dentro de sus colegios los incitan o incitaban a consumir AVC? ¿Cómo creen que estos espacios pueden generar interés para que asistan jóvenes?
Identificar cuáles son los medios y plataformas de comunicación de preferencia del público joven de las AVC en Guayaquil.	Medios y plataformas de comunicación de preferencia.	El público joven, gestores culturales, curadores y artistas. (sujetos participantes)	Alcance de los medios usados por el GO. Encuestas. Entrevistas	¿Cuál es el medio de comunicación que usualmente utilizas para consumir contenido informativo / cultural? ¿Qué tanto se mencionan las AVC en los medios de comunicación que utilizas? ¿Qué tema relacionado con las AVC es más compartido o comentado en tus redes sociales? ¿Qué tipo de contenido y formato te llama más la atención? ¿Te interesaría estar informado acerca de las AVC de Guayaquil? ¿Piensa que el arte contemporáneo es accesible para el público en general? ¿Por qué sí o por qué no? ¿Considera que el arte visual contemporáneo tiene el poder de impactar o cambiar la opinión pública? ¿Por qué sí o por qué no? ¿Qué medios utilizan para publicitar la exposición? ¿Qué tipo de público es el que más frecuente en las exposiciones? ¿Crees que a los medios les falta profundizar sobre la exposición y el artista?

Anexo 2. Encuestas realizadas en el proceso de investigación.

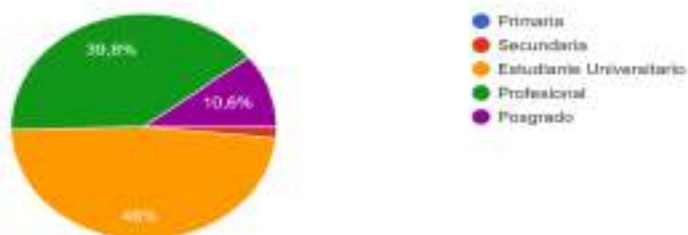
Indica tu género.
123 respuestas



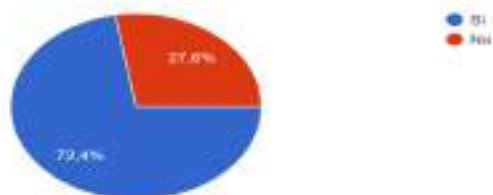
Edad
123 respuestas



Indica tu nivel de estudios.
123 respuestas

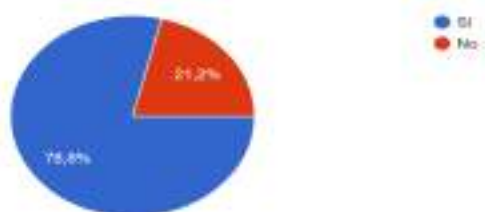


¿Estás familiarizado con el concepto de Arte Visual Contemporáneo?
123 respuestas



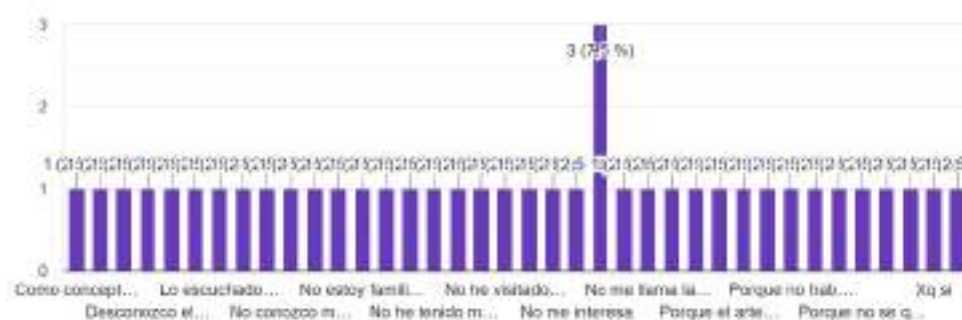
Si tu respuesta anterior fue sí, ¿te interesa el arte? (Artes Visuales Contemporáneas)

104 respuestas



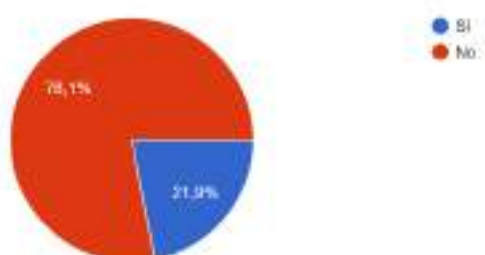
Si tu respuesta fue no, ¿por qué?

40 respuestas



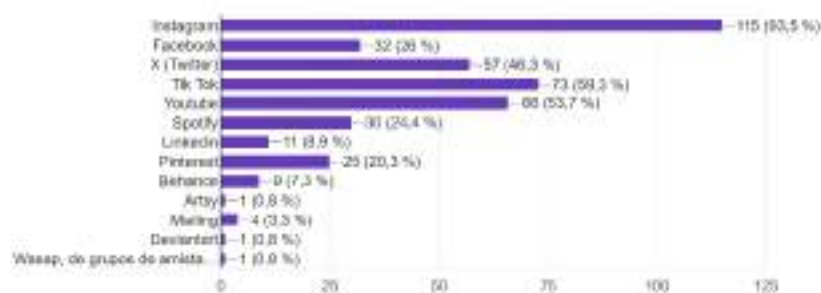
¿Te consideras parte del público conocedor de las Artes Visuales Contemporáneas?

73 respuestas



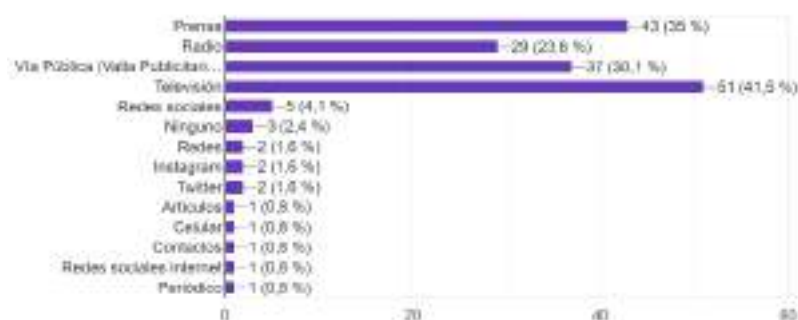
¿Cuál es el medio de comunicación que usualmente utilizas para consumir contenido informativo / cultural (medios digitales)?

122 respuestas



¿Cuál es el medio de comunicación que usualmente utilizas para consumir contenido informativo / cultural (medios tradicionales)?

123 respuestas



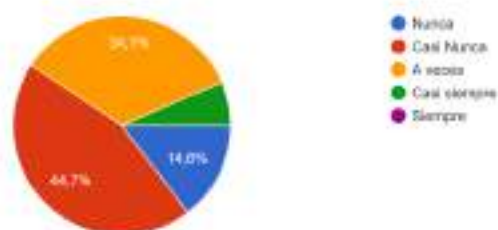
¿Qué tema relacionado con las Artes Visuales Contemporáneas es más compartido o comentado en tus redes sociales?

123 respuestas



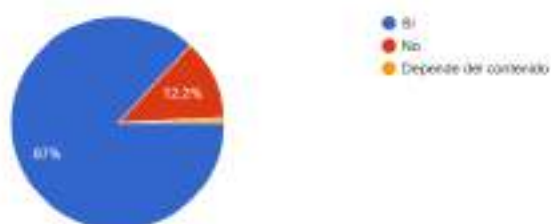
¿Qué tanto se mencionan las Artes Visuales Contemporáneas en los medios de comunicación que utilizas?

123 respuestas



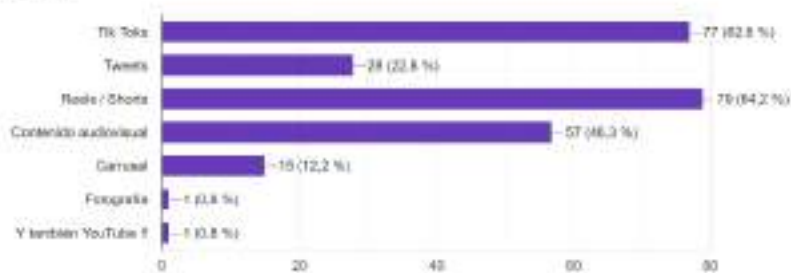
¿Te interesaría estar informado acerca de las Artes Visuales Contemporáneas de Guayaquil?

123 respuestas



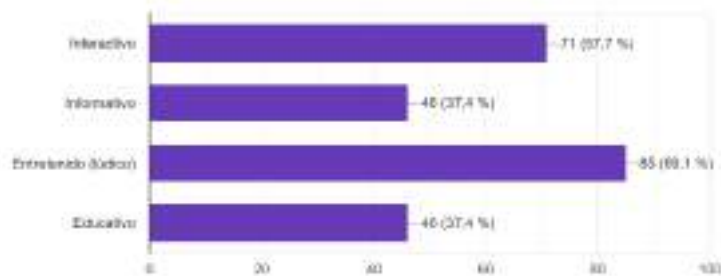
¿Qué formato te llama más la atención?

123 respuestas



¿Qué tipo de contenido te llama más la atención?

123 respuestas



Anexo 3. Fotos de proceso de investigación y recorrido de la escena

Taller: Cómo relacionarse con el mercado ecuatoriano





Visita exposiciones

Galería El Country Bad Painting “Los Manchas”,



El hermano pueblo (Retrospectiva breve), Saidel Brito



Casa del Barrio “Trópico Informal” David Orbea



Historias de terror, de Jorge Velarde



Museo Municipal “Salón de Julio” Exposición colaborativa “Diez en uno”





Anexo 5. Matriz de Marco Lógico

ARTES VISUALES CONTEMPORÁNEOS					
Finalidad: Contribuir al conocimiento crítico / reflexivo del público joven sobre la escena de las Artes Visuales Contemporáneas en Guayaquil.		Indicador	Se genera contenido digital para ampliar el conocimiento crítico / reflexivo del público joven.	Medio de verificación	Contenido creado por GYEARTE en sus distintas plataformas sobre las AVC de Guayaquil.
Próposito: Propiciar interés sobre la escena de las Artes Visuales Contemporáneas por parte del público joven en Guayaquil.		Indicador	Se crea contenido digital sobre las AVC que despierte el interés del público joven sobre escena en Guayaquil	Medio de verificación	El público joven se interesa por contenido educacional, informativo y reflexivo creado por GYEARTE sobre la escena de las AVC.
Resultados	Indicador	Medio de verificación	Actividad		
Ampliado el conocimiento crítico del público joven sobre la escena de las AVC en Guayaquil,	Se crea un nuevo espacio educativo, informativo y entretenido digital de GYEARTE para público joven.	Contenidos educativos sobre la escena de las AVC subidos a la nueva plataforma digital Tik Tok y contenido promocional en redes.	1) Creación del Tik Tok de GYEARTE. 2) Identificar las temáticas y exposiciones que se van a comunicar. 3) Visitar las exposiciones elegidas. 4) Entrevistar a los artistas de las exposiciones. 5) Grabar el contenido educativo, informativo y entretenido digital sobre las AVC. 6) Escribir los guiones de las exposiciones para los Tik Toks. 7) Grabación de voz de los guiones. 8) Diseñar agenda de contenidos de la semana para las redes sociales. 9) Publicación de los Tik Toks de las exposiciones de las AVC junto a publicaciones de instagram. 10) Realizar promoción digital (orgánico) sobre el contenido para el público joven. 11) Activación de la marca en espacios de las AVC. 12) Continuar la estrategia digital de Instagram.	El público joven se siente interesado por los contenidos críticos sobre la escena de las AVC proporcionados por GYEARTE. Disponer del equipo adecuado para crear y editar el contenido audiovisual en las redes sociales.	
Fomentado el diálogo con gestores culturales sobre estrategias para la formación de público joven de las AVC.	Propiciado al menos un espacio de conversación entre gestores culturales para socializar estrategias de formación de público joven.	1 episodio del podcast AVCDARIO con gestores culturales de la escena para dialogar sobre la formación del público joven de las AVC y subirlos en plataformas digitales.	1) Invitar formalmente a gestores culturales a dialogar y formar parte de GYEARTE. 2) Creación de contenido colaborativo entre los gestores culturales para generar un espacio de diálogo. 3) Socializar las estrategias de formación de público joven. 4) Disponer de un espacio físico para la grabación del episodio de Podcast. 5) Realizar la dirección de arte. 6) Tener el equipo de producción audiovisual adecuado para la grabación. 7) Grabación del episodio. 8) Post-producción. 9) Cubrir el episodio del podcast para las redes sociales de GYEARTE. 10) Crear contenido promocional del episodio del podcast.	Se cuenta con la colaboración de gestores culturales interesados en dialogar sobre sus estrategias de formación de público joven.	

Anexos de implementación del proyecto

Anexo 6. Diseño Juguito de arte



Anexo 7: Meme de juguito de arte publicada el 27 de Junio 2017

When you say "Thanks, you too" after the waitress tells you to enjoy your meal





Anexo 10: Visita a la exposición de Jaime Nuñez del Arco, en Casa del Barrio.



Anexo 11: Visita a la exposición No todas las rocas son montañas de Francesca Palma en Proyecto N.A.S.A.L.



Anexo 12: Visita a la exposición Las Máscaras fibrosas sobre los flujos de Ilinx y Ptyx en el MAAC.



Anexo 13: Visita a la exposición Una Serpiente de Polvo en Casa del Barrio de Miguel Medina.



Las máscaras fibrosas
sobre los flujos límicos y Plys,





Anexo 14: Visita a Desmembramiento de Acteón de Fundación ProArte en el Guayaquil

Country Club. Los artistas fueron: Saidel Brito, Armando Busquets, Jorge Aycart,

Josué Rodríguez, Ketgly Solórzano y Andrea Moreira.





Anexo 15: Visita al Fósil de López de Gabriela Rivadeneira y Hugo Idrovo en el Museo del Cacao.





EL FÓSIL DE LÓPEZ

Después de la última Guerra Mundial, el investigador López regresó a su última aventura en Colima. Luchó a su ritmo por encontrar el fósil de López. Con este hallazgo resurgió un tema olvidado: la vida en el conchudo antes de la gran crisis. Este hallazgo también ofrece una gran variedad de fósiles y muestra la importancia de nuestra zona de actividad y prosperidad económica.

Según la ciencia de paleontología, el fósil de este momento es una colección en su colección con una ligadura que muestra una gran variedad de información de la Gran Avifauna de la América del Norte, mostrando las aguas del río Ganges, pero más de la zona que el mundo perteneciente a la misma variedad de aves cuando una gran crisis se dio.

Esta exposición tiene planes que están respaldados por el Museo de Arqueología Etnográfica y el Museo Etnográfico y Etnográfico de la zona de Colima. Como documentos pertenecientes a la tradición López & Sandoval. En un momento, junto a la comunidad científica internacional, estos documentos y fotos, junto a la labor y presencia del arqueólogo López, son el resultado de todo aquello que se ha hecho en esta zona. Pero también es un testimonio de su vida cultural y personal, que se ha estado viviendo y reflexionando que hay una vida, historia y arte.

Gracias a un proceso científico de investigación científica que se ha hecho en esta zona, se ha logrado una gran variedad de información. Pero también es un testimonio de su vida cultural y personal, que se ha estado viviendo y reflexionando que hay una vida, historia y arte.





Anexo 16: Visita "Todo empezó amaneciendo" de José Luis Macas.





Todo empezó en un momento

José Luis Macías

1

El trabajo de José Luis Macías-Cuervo, 1982, de los últimos diez años se relaciona con los territorios y las geografías esculturales. Su línea expresional es sensible por el artista como anziano de encuentro y terreno, de acuerdos y conflictos. Desde y una idea propia en un todo que articula la coexistencia de múltiples culturas en un territorio, en este caso, la indígena y la occidental.

El video *Trasmiendo* juega a los dos lados de la cancha con el proyecto *Kakelilla* (2018) (2018), una performance que registra un juego de escultura en donde se rediseña sobre la línea esencial con la ayuda de un GPS. Cada jugador juega en un territorio, encontrando ese encuentro y terreno cultural desde lo físico, desde el sí y más del lado más, de alguna manera, los otros lados. El sitio arqueológico de Kakelilla fue utilizado experimentalmente para observar los intereses y las separaciones, momentos clave para la construcción de los territorios. A partir de esta experiencia cuestiona la idea de línea arquitectónica. Para el territorio cultural y el territorio del patrimonio Kakelilla puede significar un solo una línea, pero para el artista es, ante todo, un lugar energético (social) vivo y cargado de memoria, con el cual se articula una relación abierta, pero a la vez cerrada: lo es el video-performance *Mucha-Negativa* (2018), realizado también en Kakelilla. José Luis Macías colabora con su pareja, la artista Carlos Dato Bustamante, para ofrecernos un libro antes mencionado donde está en juego la memoria, la noción del tiempo y la organización territorial. Macías realiza un gesto "geo-territorial", a través de un ritual de recolección, para evocar sobre el valor otorgado a estos lugares geográficos, se relaciona con el presente como proceso de relación, y el *Gráfico* más que un solo o dos días, es un territorio producido para el encuentro histórico, más allá de relaciones e implicaciones. Con este año, el artista inventa el espacio "esculturístico", para manifestar sobre esas identidades con intención de vivir y encontrar estos principios.

En estos diez videos Macías trata un quito a la parca. Los videos de *Para el tiempo* (2018) y *El mundo de Pierre* (2018) de *Para el tiempo*, muestra dos cuadros en movimiento, lo donde se integran legados culturales y geografía de la imagen.

Para reflexionar el cual Macías la serie de esculturas que se proponen los territorios de *Persepolis de Luz* y *Bambú* (2018-2020), realizado en Quito a lo largo de diez años, donde el artista dice más de lo que se ve. El artista y el espectador. Si no sabe sobre el sitio Capatzen y que se el descubrió la zona entre San Francisco, ambas entidades migraron hacia la construcción urbana. Durante una parada, Macías muestra por sí mismo que muestra por sí mismo el terreno de la ciudad y propone una serie de imágenes realizadas al año siguiente, con la misma luz y permitiendo más.

Desde de este trabajo, Macías encuentra entre arquitectura y video donde se genera una relación entre lo que se ve y una poesía del territorio, donde se relaciona con las ideas y territorios que se relacionan entre sí, entre la ciudad y el mundo, como un espacio vivo. Culturalmente se le otorga a la galería, se trata de la ciudad, un territorio de geografía urbana, donde se le otorga a la ciudad los elementos, pero fundamental de la esencia espiritual y creativa del artista.

Arquitectura (video) de sí y agua, 2018, se relaciona con el espacio urbano para la memoria de la ciudad. Representa también que deriva de la observación, como en la obra *Persepolis* (2018) de la serie *Persepolis* de *Persepolis* (2018), una intervención con el espacio urbano realizado en el espacio público de la calle *Persepolis* que está

Anexo 17: Portada de los 5 videos de Tik Tok de Juguito de arte



Anexo 18: Portada de los 5 videos de Tik Tok de Juguito de arte



Anexo 19: Portada de los 6 videos de Tik Tok de Juguito de arte "No todas las rocas son montañas" 21 de Francesca Palma





¡Entrevistamos a Franc...

Anexo 20: Portada de los 8 videos de Tik Tok de Juguito de arte “Las máscaras fibrosas sobre los flujos de Ilyx y Ptyx” de Jorge Aycart Larrea, Andrea Mejia, Andrea Moreira, Ruth Cruz y Jean Carlo Guizado



El vértigo y desorden s...



La Máscara Fibrosa es ...



Una salida entre amiga...



Te invitamos a la expo ...



Ptyx palabra que parec...



¡Entrevistamos al arti...



La expo “Las Máscaras...



En la expo Las Máscara...

Anexo 21: Portada de los 5 videos de Tik Tok de Juguito de arte “Una serpiente de polvo” de Miguel Medina



Anexo 22: Portada de los 13 videos de Tik Tok de Juguito de arte “Desmembramiento de Acteón” de Jorge Aycart Larrea, Saidel Brito, Armando Busquets, Josué Rodríguez, Andrea Moreira y Ketgly Solórzano





Anexo 23: Portada de los 5 videos de Tik Tok de Juguito de arte “El fósil de López” de Gabriela Rivadeneira y Hugo Idrovo

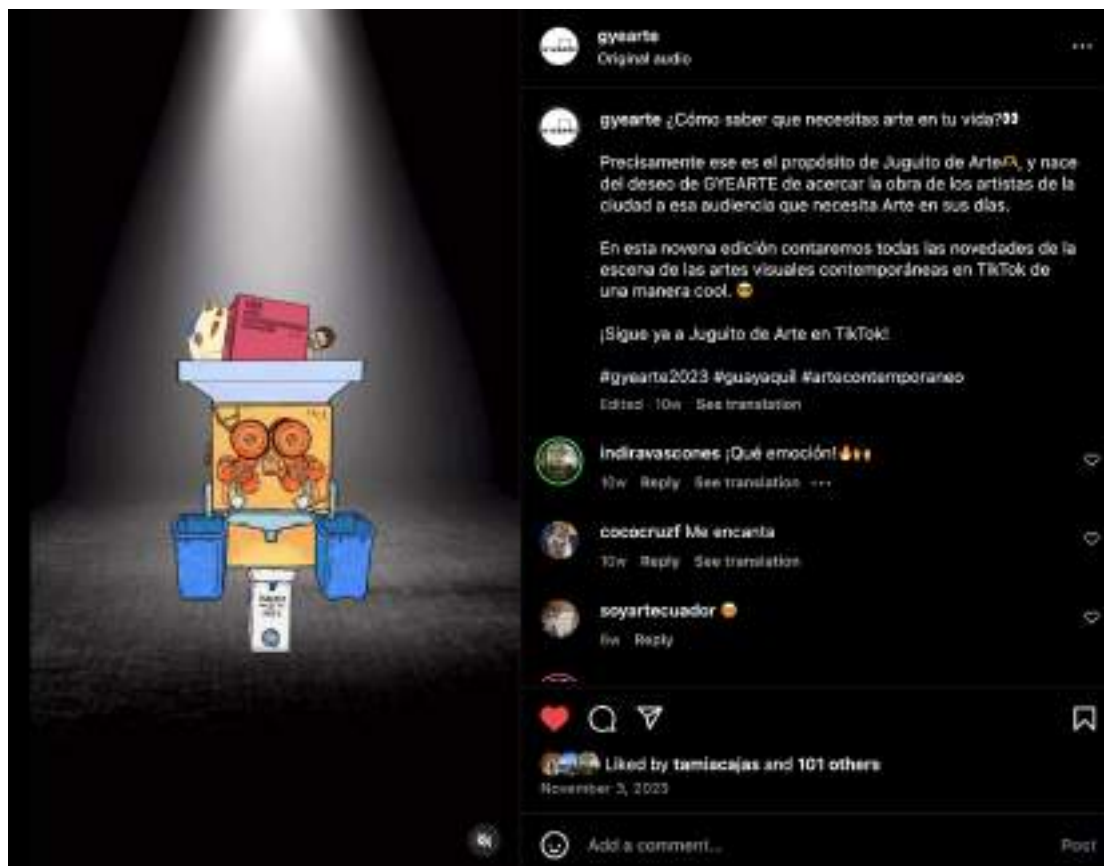


Anexo 24: Portada de los 6 videos de Tik Tok de Juguito de arte “Todo empezó amaneciendo” de José Luis Macas



Anexo 25: Capturas de pantalla de los posts de Instagram de @gyeararte







Desmembramiento de Acteón
SAIDEL BRITO
JOSUÉ & RODRÍGUEZ
CURADURÍA: JORGE AYCART

gyma

gyma La curaduría como materia vibrante 🌟

Este procedimiento lo que se busca reflexionar es "Desmembramiento de Acteón", con la curaduría de @jorgeaycart.

En esta exposición se ha desarrollado un trabajo colectivo y una sinergia entre los artistas.

Hoy venimos a conocer las propuestas de Saïdel Brito y Josué & Rodríguez, quienes trabajaron de manera colaborativa. 🌟

Seguiremos contando más sobre esta expo. 🌟

(Visítalo ya en la galería de @el_country 🇸🇷)

#GuayaquilArteContemporáneo ArteContemporáneo PajaredoArte
Galería del Sur Ecuador

reylindora 🌟🌟🌟🌟
En: Pajaredo

gabrielvillalba 🌟
En: Pajaredo

Liked by fernandocajal and 34 others
November 2, 2023

Add a comment...

Desmembramiento de Acteón
ARMANDO BUSQUETS & KETGLY COLORZIANO
CURADURÍA: JORGE AYCART

gyma

gyma Recuerdos plasmados en arte 🌟

Con la curaduría de Jorge Aycart, "Desmembramiento de Acteón" ofrece una diversidad de historias y experiencias personales de los artistas.

@armandobusquets_artwork y @ketgly_colorziano trabajan en conjunto y hay caméaritas un poco de sus obras. 🌟

¡Venimos mucho más que contarte sobre esta expo! 🌟

No te olvides de visitarlo en la galería de @el_country 🇸🇷

#GuayaquilArteContemporáneo ArteContemporáneo PajaredoArte
Galería del Sur Ecuador

mayveloz 🌟🌟🌟🌟
En: Pajaredo

indivisionales My primera expo expone! 🌟
En: Pajaredo Pajaredo Sur Ecuador

ketgly_colorziano Gracias amigos 🌟🌟
En: Pajaredo Pajaredo Sur Ecuador

Liked by fernandocajal and 35 others
November 3, 2023

Add a comment...

Desmembramiento de Acteón
JORGE AYCART & ANDREA MOREIRA
CURADURÍA: JORGE AYCART

gyma

gyma Un proceso de reconfiguración constante 🌟

Es de lo que precisamente busca hacer reflexionar en esta "Desmembramiento de Acteón". 🌟

La exposición nos ofrece una experiencia interactiva la donde la plástica se expande hacia lo escultórico, literario, fotográfico, y más. 🌟

Hoy presentamos las propuestas de @jorgeaycart y @andreamoreira, quienes trabajaron en conjunto. 🌟

¡Venimos mucho más que contar de esta muestra! 🌟

No te quedes sin ir a esta expo que está en la galería de @el_country 🇸🇷

#GuayaquilArteContemporáneo ArteContemporáneo PajaredoArte
Galería del Sur Ecuador

indivisionales 🌟🌟🌟🌟
En: Pajaredo

artemacajal Con duplo 🌟🌟
En: Pajaredo Pajaredo Sur Ecuador

Liked by fernandocajal and 21 others
November 3, 2023

Add a comment...



Anexo 26: Carta de invitación para la participación en el PODCAST.



Guayaquil 27 de Noviembre 2023

Estimada ,

Invitación al video podcast “El AVCdario”

Reciba usted un cordial saludo por parte del equipo de GYEARTE, Proyectos de Aplicación Profesional de la Universidad Casa Grande, el cual cuenta con la participación de estudiantes en proceso de Titulación. GYEARTE, creado desde el año 2015, tiene la finalidad de visibilizar y promocionar la escena y los actores de las artes visuales contemporáneas en la ciudad de Guayaquil.

En la Novena Edición, hemos decidido trabajar con los gestores culturales claves del mundo del arte contemporáneo. Por esto, estamos honrados de invitarle a participar este Martes 28 de Noviembre, en la propuesta de dar continuidad al video podcast de la séptima edición, “AVCdario” , cuyo fin es difundir la relevancia de la formación de público en la escena de las AVC en Guayaquil. Quisiéramos contar con su presencia como invitado de este episodio de “GEN AE” más allá de los aesthetic.

Reiteramos nuestro agradecimiento por sus contribuciones a la escena local de las artes visuales contemporáneas.

Esperamos poder contar con su colaboración.

Agradeciendo de antemano,

GYEARTE NOVENA EDICIÓN

Milena Costales, Indira Vascones, Benjamim Sieber, Emilio Dager ,Victoria Cruz ,Favio Morales, Génesis Torres.

Docentes:

Zaylín Brito

Lupe Alvarez

**9NA GENA+
EDICIÓN**



Anexo 27: Estructura y planificación del PODCAST.

Nombre del Podcast: GYEARTE: EL AVCDARIO

Tema: "Estrategias de formación de público de arte contemporáneo"

Fecha: 28 de noviembre (18:00pm)

Duración:

Episodios regulares: 30-45 minutos

Estructura de los episodios:

1. Introducción (5-10 minutos):

Presentación del tema del episodio. (¿Qué se puede agregar a la escena para seguir formando público joven?)

Breve resumen de los invitados y auspiciantes.

- Stephanie Garcia (Mucao)
- Juan Javier Canessa (Vertical)
- Julieth Garcia (Casa del barrio)
- Zaylín Brito (Guía GYEARTE)

Auspiciantes:

- Venezia
- Watch World
- Comsucre

2. Sección Principal (20-30 minutos):

- **Introducción:** Presentación del tema y breve introducción sobre la importancia de atraer al público joven en diversos ámbitos.
- **Segmento 1:** Tendencias
Análisis de las tendencias actuales que atraen al público joven.
Artista joven que hable sobre aquello que les atrae en la escena actual.
- **Segmento 2:** Innovación y tecnología
Discusión sobre cómo la tecnología e innovación están siendo usadas para captar la atención del público joven.
Importancia de las redes sociales y cómo utilizarlas para aumentar el alcance.
- **Segmento 3:** Recomendaciones a la política y gestión cultural.

3. Preguntas y Respuestas (minutos):

Responde a preguntas de las oyentes enviadas por correo electrónico o redes sociales del público joven (complicado)

4. Conclusión y llamado a la acción (minutos):

- Resumen de puntos claros discutidos
- Llamado a la acción para los oyentes invitándolos a participar o implementar algunas de las ideas presentadas

5. Despedida y anuncios (minutos):

- Agradecimientos a invitados y audiencia
- Agradecimiento a los auspiciantes

Promoción y Redes Sociales:

Perfil del Podcast:

<https://open.spotify.com/show/1xnEYr8VvkzHBZx1dqBqFBN?si=47c82cc466df425e>

Perfil de Tik Tok e Instagram del grupo GYEARTE:

https://www.instagram.com/gyearte/?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igshid=OGQ5ZDc2ODk2ZA==

https://www.tiktok.com/@juguitodearte?is_from_webapp=1&sender_device=pc

FICHA TÉCNICA:

- Dos cámaras Panasonic (alquilar con tiempo en la universidad) para grabar desde distintos ángulos y asegurar que salgan todos los que hablen
- Luces

Colaboraciones:

- Universidad Casa Grande

Anexo 28: Espacio de grabación en la Universidad





Anexo 29: Dirección de arte.



Anexo 30. Fotos de asistencia al primer congreso de arte contemporáneo de Guayaquil.





Anexo 31. Foto de stickers realizados para la asistencia en el evento.





Anexo 32. Foto de pluma realizada para la asistencia en el evento.



Anexo 33. Foto de pin realizado para la asistencia en el evento.

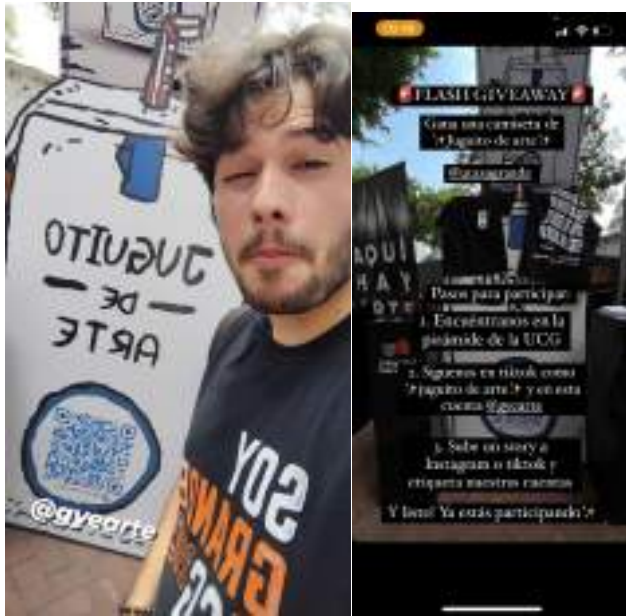


Anexo 34. Foto de camiseta realizada para la asistencia en el evento.



Anexo 35. Reactivación de marca GYEARTE en la UCG.





Anexo 36. BigBoy de Juguito de Arte





Anexo 37. Carta de Auspicio.



Universidad
Casa Grande



PROYECTOS DE
APLICACIÓN PROFESIONAL

Esperamos que te encuentres bien y rodeado de arte inspirador. Desde la Universidad Casa Grande, queremos compartir contigo el entusiasmo que rodea a la nueva edición de **GYEARTE, "GEN-AE+"**.

Valoramos mucho tu conocimiento en el arte ecuatoriano, y creemos que una colaboración contigo podría enriquecer enormemente la escena artística.

En el presente acuerdo detallamos los puntos puntos claves que ofrece cada parte del mismo.

Grupo **GYEARTE** ofrece:

Paquete Silver:

- 4 menciones en historias instagram
- 4 menciones en historias tik tok
- Mención en la apertura y cierre del podcast
- Presencia en backing y roll ups.
- Presencia de marca en la parte trasera de la camiseta.
- Mención de la marca en el evento

VENECIA ofrece:

- \$150
- Producto para el evento

Representante de Venecia


Representante GYEARTE



Universidad
Casa Grande



PROYECTOS DE
APLICACIÓN PROFESIONAL

Esperamos que te encuentres bien y rodeado de arte inspirador. Desde la Universidad Casa Grande, queremos compartir contigo el entusiasmo que rodea a la nueva edición de GYEARTE, "GEN-AE+".

Valoramos mucho tu conocimiento en el arte ecuatoriano, y creemos que una colaboración contigo podría enriquecer enormemente la escena artística. Tenemos varias formas de colaboración para proponerte, incluyendo donaciones monetarias o canjes que podrían beneficiar tanto a tu establecimiento como a nuestro proyecto.

Te animamos a echar un vistazo a nuestro TikTok @jugitodearte e Instagram @gyearte para que puedas ver de cerca lo que estamos haciendo y la energía que estamos aportando a la escena del arte contemporáneo de Guayaquil.

Si te interesa explorar cómo podríamos trabajar juntos, no dudes en ponerte en contacto con nosotros. Tu apoyo podría marcar una gran diferencia para los artistas emergentes que estamos destacando.

- Paquetes

- Paquete Bronze (\$150):
 - 2 menciones en historias instagram
 - 2 menciones en historias tik tok
 - Mención en la apertura y cierre del podcast
- Paquete Silver (\$250):
 - 4 menciones en historias instagram
 - 4 menciones en historias tik tok
 - Mención en la apertura y cierre del podcast
 - Presencia en backing y roll ups.
 - Presencia de marca en la parte delantera de la camiseta
- Paquete Gold (\$350):
 - 6 menciones en historias de instagram
 - 6 menciones en contenidos de tik tok
 - Mención en la apertura y cierre del podcast.
 - Presencia de marca en la parte delantera y detrás de la camiseta
 - Presencia postproducción en material audiovisual del podcast
 - Presencia de marca en roll ups dentro de las 2 actividades BTL
 - Presencia de marca en Backing dentro del evento de cierre
 - Mención en el evento más allá de lo aesthetic (apertura y cierre)
 - Presencia de marca en los obsequios de cierre del evento

Anexo 38. PPT de presentación de paquete para los auspiciantes.



NUESTRA HISTORIA



2015
EN SU PRIMERA EDICIÓN GYEARTE, IMPLEMENTÓ PLATAFORMA DIGITAL GYEARTE.EC PARA DAR A CONOCER A LOS ARTISTAS MÁS INFLUYENTES DE LAS RVC EN GUAYAQUIL.



2016
LA SEGUNDA EDICIÓN FUE UNA RECOLECCIÓN DE LA HISTORIA DE LAS RVC LLAMADO TRÁNSITO 22/16.



2017
EN LA TERCERA EDICIÓN LLAMADA AQUÍ HAY ARTE, REALIZÓ UNA INTEGRACIÓN EN UNO CON ARTISTAS EMERGENTES DE LAS RVC.



2018
LA CUARTA EDICIÓN DE GYEARTE, MÁS VILE REMINISCENCE, PEDRO DÁ VILA BORDÓ HOMINAJE A UNO DE LOS PIONEROS DE LAS RVC EN GUAYAQUIL.



2019
EN SU QUINTA EDICIÓN ARTE A GOLPE DE CLIC SE EVIDENCIÓ LA RELACIÓN DEL ARTE CON LA TECNOLOGÍA.



2021
LA SEXTA EDICIÓN NUEVAS DINÁMICAS CARTOGRÁFICO LAS RVC QUE SURGIERON A PARTIR DE LA PANDEMIA.



2022
EN LA SÉPTIMA EDICIÓN RVCARIO REALIZÓ PODCASTS PARA PROPICIAR DIÁLOGO CON ACTORES CLAVE DE LA ESCENA.

9NA EDICIÓN

ESTE AÑO LLEGAMOS A LA NOVENA EDICIÓN CON "GEN AE, MÁS ALLÁ DE LO AESTHETIC"

GENAE+

ESTE PROYECTO REDEFINE LA FORMA EN QUE EXPERIMENTAMOS EL ARTE, BUSCANDO QUE LAS NUEVAS AUDIENCIAS PUEDAN CONECTAR E IDENTIFICARSE CON CADA EXPOSICIÓN.

CENTRÁNDONOS EN LOS JÓVENES PARA OFRECERLES UN PRODUCTO QUE LES PERMITA COMPRENDER A PROFUNDIDAD LA ESCENA DEL ARTE.

JUGUITO DE BRONCE

\$150



MENCIÓN & AGRADECIMIENTO
INSTAGRAM DE GYEARTE

2 HISTORIA/S

MENCIÓN & AGRADECIMIENTO
TIKTOK DE JUGITODEARTE

2 HISTORIA/S

MENCIÓN & AGRADECIMIENTO
EN LA APERTURA Y CIERRE DEL PODCAST

2 MENCIONES

JUGUITO DE PLATA

\$250



MENCIÓN & AGRADECIMIENTO
INSTAGRAM DE GYEARTE

4 HISTORIAS

MENCIÓN & AGRADECIMIENTO
TIKTOK DE JUGITODEARTE

4 HISTORIAS

MENCIÓN & AGRADECIMIENTO
EN LA APERTURA Y CIERRE DEL PODCAST

2 MENCIONES

PRESENCIA EN BACKING Y ROLL UPS.

SI

PRESENCIA DE MARCA EN LA PARTE
TRASERA DE LA CAMISETA

SI

JUGUITO DE ORO



\$350

MENCIÓN & AGRADECIMIENTO INSTAGRAM DE GYEARTE	4 HISTORIAS INSTAGRAM 1 POST
MENCIÓN & AGRADECIMIENTO TIKTOK DE JUGUITO DE ARTE	4 HISTORIAS TIK TOK 1 POST
MENCIÓN & AGRADECIMIENTO EN LA APERTURA Y CIERRE DEL PODCAST	2 MENCIONES
MENCIÓN Y PRESENCIA EN POSTPRODUCCIÓN DEL PODCAST	SI (LOGO) 2 MENCIONES
PRESENCIA EN BACKING T BOLL UPS.	SI (LOGO)
PRESENCIA DE MARCA EN LA PARTE DELANTERÁ DE LA CAMISETA.	SI (LOGO)
PRESENCIA DE MARCA EN ACTIVIDADES BTL.	SI (LOGO & BOLETÍN DE CORREO)
PRESENCIA DE MARCA EN CONGRESO DE ARTE CONTEMPORÁNEO	SI (LOGO)
PRESENCIA DE MARCA EN EL EVENTO FINAL.	SI (LOGO) 2 MENCIONES
PRESENCIA DE MARCA EN LOS OBSEQUIOS DE CIERRE DEL EVENTO	SI (LOGO)

**ESPERAMOS QUE TE ENCUENTRES BIEN Y
RODEADO DE ARTE INSPIRADOR.
DESDE LA UNIVERSIDAD CASA GRANDE,
QUEREMOS COMPARTIR CONTIGO EL
ENTUSIASMO QUE RODEA A LA NUEVA EDICIÓN
DE GYEARTE, "GEN-AE+".**

VALORAMOS MUCHO TU CONOCIMIENTO EN EL ARTE ECUATORIANO, Y CREEMOS QUE UNA COLABORACIÓN CONTIGO PODRÍA ENRIQUECER ENORMEMENTE LA ESCENA ARTÍSTICA. TENEMOS VARIAS FORMAS DE COLABORACIÓN PARA PROPONERTE, INCLUYENDO DONACIONES MONETARIAS O CANJES QUE PODRÍAN BENEFICIAR TANTO A TU ESTABLECIMIENTO COMO A NUESTRO PROYECTO.

TE ANIMAMOS A ECHAR UN VISTAZO A NUESTRO TIKTOK A NUESTRO TIKTOK @JUGITODEARTE E INSTAGRAM @GYEARTE PARA QUE PUEDAS VER MÁS DE CERCA LO QUE ESTAMOS HACIENDO Y LA ENERGÍA QUE ESTAMOS APORTANDO A LA ESCENA DEL ARTE CONTEMPORÁNEO DE GUAYAQUIL.

SI TE INTERESA EXPLORAR CÓMO PODRÍAMOS TRABAJAR JUNTOS, NO DUDES EN PONERTE EN CONTACTO CON NOSOTROS. TU APOYO PODRÍA MARCAR UNA GRAN DIFERENCIA PARA LOS ARTISTAS EMERGENTES QUE ESTAMOS DESTACANDO.

GYEARTE

9^{NA} GENA^{E+}
EDICION



GRACIAS
POR ACOMPAÑARNOS EN ESTA
REFRESCANTE AVENTURA!

 Universidad
Casa Grande



Anexo 39. Carta de Acuerdo de Auspiciantes



Universidad
Casa Grande



PROYECTOS DE
APLICACIÓN PROFESIONAL

Esperamos que te encuentres bien y rodeado de arte inspirador. Desde la Universidad Casa Grande, queremos compartir contigo el entusiasmo que rodea a la nueva edición de GYEARTE, "GEN-AE+".

Valoramos mucho tu conocimiento en el arte ecuatoriano, y creemos que una colaboración contigo podría enriquecer enormemente la escena artística.

En el presente acuerdo detallamos los puntos puntos claves que ofrece cada parte del mismo.

Grupo GYEARTE ofrece:

Paquete Silver:

- 4 menciones en historias instagram
- 4 menciones en historias tik tok
- Mención en la apertura y cierre del podcast
- Presencia en backing y roll ups.
- Presencia de marca en la parte trasera de la camiseta.
- Mención de la marca en el evento

VENECIA ofrece:

- \$150
- Producto para el evento

Representante de Venecia



Representante GYEARTE

Anexo 40. Tabla 1

Tabla 1*Cuadro de auspiciantes y paquete seleccionado*

1 Auspiciantes confirmados	2 Valor
3 COMSUCRE	4 \$350
5 FUSSION	6 \$200 y en producto \$50
7 WATCH WORLD	8 \$250
9 VENEZIA	10 \$150
11 ECUAVIA	12 \$500
13 FLORALP	14 RESPUESTA NEGATIVA
15 DOS HEMISFERIOS	16 RESPUESTA NEGATIVA

Nota. *El valor recaudado fue en total de USD 1500, la misma que permitió realizar pagos para la edición, grabación del proyecto.



Analytics

Overview

Content

Followers

LIVE

Nov 19, 2023 - Jan 17, 2024

Last 60 days ▾

Key metrics ⓘ

Video views

17K

+997 (+5.8%) ↗

Profile views

408

-586 (-59%) ↘

Likes

1,698

-121 (-6.7%) ↘

Comments

164

-153 (-48.3%) ↘

Follower insights ⓘ

Top cities

Guayaquil	62.1%
Quito	20.3%
Santa Rosa	9.0%
Lima	2.4%
Cape Town	1.7%

Follower insights ⓘ

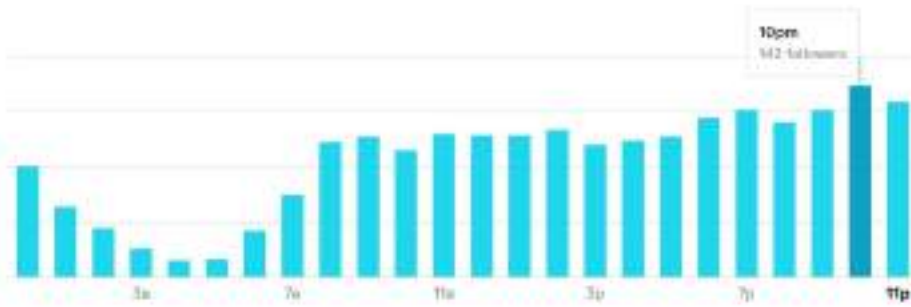
Top countries/regions

Ecuador	88.6%
Peru	3.0%
Bolivia (Plurinational State of Bolivia)	1.5%
Mexico	1.5%
United States	1.5%

Most active times

Hours Days

Jan 17



Follower insights

Age



Analytics

Overview Content Followers (17)

Nov 11, 2022 - Jan 12, 2023

Last 60 days

Total followers

342



Net followers

151

(15.5% from Sep 21 - Nov 30)

Follower insights

Gender



+38% Male

+62% Female

Anexos adicionales:

Link de soporte de la infografía.

https://drive.google.com/file/d/1rKfFL10hVfmddk3wdpII-ia68dCyuMo/view?usp=drive_link

Link de video case

https://drive.google.com/file/d/1fkjs0mDqTICGHQFSQnx7IZ55bddQuzE3/view?usp=drive_

link