

**Modelo de organización y gestión de una muestra de arte en un entorno universitario, caso
universidad de Ibagué**

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Contaduría Pública

Trabajo de grado, Monografía

Autores

María Alejandra Ávila Sánchez
Juan Camilo Molina Díaz

Tutor

Mg. Franklin Emir Torres

Ibagué, Colombia
2019

Tabla de contenido

Glosario.....	5
Resumen.....	6
Introducción	7
Objetivo general.....	8
Objetivos específicos	8
Planteamiento del problema.....	9
Justificación	10
Marco referencial	11
Capítulo 1: Estrategias de circulación y divulgación de los productos artísticos de las artes plásticas y visuales.....	13
Capítulo 2: Modelo de presupuesto y costo para la muestra de arte universitaria.....	18
Capítulo 3: Proceso de puesta en marcha de la muestra de arte universitaria	25
Conclusiones	37
Recomendaciones	38
Bibliografía	39
Anexos	40

Índice de tablas

Tabla 1 Expresiones de las artes plásticas y visuales	11
Tabla 2 Principales museos de Colombia	15
Tabla 3 Presupuesto de la Muestra de Arte Universitaria.....	24
Tabla 4 Equipo de trabajo	27
Tabla 5 Datos del evento.....	33

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 Economía creativa.....	13
Ilustración 2 Modelo de presupuesto	20
Ilustración 3 Actividades por comités.....	27
Ilustración 4 Imagotipo MAU.....	29
Ilustración 5 Plano del auditorio central de la Universidad de Ibagué	30
Ilustración 6 Paneles divisorios	30
Ilustración 7 Talleres de dibujo.....	35
Ilustración 8 Montaje de obras.....	36

Glosario

- **Arte:** Acto mediante el cual, valiéndose de la materia, imita o expresa el hombre lo material visible o lo invisible. (Jackson, 1976).
- **Artes plásticas y visuales:** Son el conjunto de actividades humanas que, valiéndose de la materia, imitan, expresan o crean objetos materiales con características estética. Estas son manifestaciones artísticas dependen del espacio; se pueden ver, tocar y sentir por sus formas exteriores. son una manifestación artística, expresiva, de percepción visual en la cual el individuo crea y recrea mundos naturales o fantásticos mediante elementos materiales utilizando diversas técnicas. (Bonilla, 2019).
- **Muestra de arte:** Es un espacio donde se dan a conocer al público diversas obras de uno o varios artistas, estas suelen ser temporales con un periodo de duración corto. (Bonilla, 2019).
- **Salón de arte:** Es un evento de arte que generalmente tiene un propósito determinado, convocado por una entidad con un reconocimiento final para los artistas, se realiza previo una convocatoria y luego un jurado selecciona las obras que se exhiben y premian algunas según los parámetros de la convocatoria. (Bonilla, 2019).

Resumen

El presente trabajo tiene como finalidad la sistematización de los modelos de organización y gestión de la Muestra de Arte Universitaria 2019, dejando plasmada una guía para futuras prácticas sobre espacios de circulación y divulgación de artes plásticas y visuales. Se entiende una muestra de arte como una exhibición de un número determinado de obras en una sala expositiva con un fin determinado.

Se implementó una metodología de estudio de caso con el fin de conocer y comprender las funciones administrativas de este proyecto, permitiendo obtener como resultado un modelo debidamente planeado, organizado y ejecutado de manera correcta.

Es importante tener claridad cómo empezar a desarrollar una Muestra de Arte, cuáles son sus conceptos básicos, su finalidad y lo que se debe tener en cuenta para su desarrollo, incluyendo materiales, logística, presupuesto, publicidad, montajes y demás actividades que esto conlleva.

El desarrollo de este trabajo permitió conocer los beneficios que pueden tener los estudiantes y demás espectadores al apreciar e implementar en sus vidas los temas artísticos y culturales, además de entender las diferencias que existen entre un museo, un salón de arte, una feria, una galería y una muestra de arte.

Introducción

La presente investigación consiste en sistematizar los procesos de la organización y gestión de la muestra de arte universitaria 2019 de la Universidad de Ibagué. Durante el desarrollo de este trabajo, se dará a conocer a los lectores la importancia de implementar un proceso administrativo adecuadamente, experimentado cada una de sus etapas, la planeación, organización, dirección y control del proyecto.

La muestra de arte universitaria presentó diferentes tipos de obras artísticas como: pintura, escultura y dibujo; cuyos artistas eran parte de la comunidad universitaria, estudiantes y administrativos de instituciones de educación superior de la ciudad de Ibagué, siendo este el único lugar de exhibición en la universidad. Además, permite un acercamiento de los usuarios o visitantes con el arte, logrando apreciar las distintas expresiones o manifestaciones artísticas.

En el año 2017 se llevó a cabo el salón de arte plástico (SAP), con el fin de crear un espacio para la exhibición artística, en la cual se presentaron 38 personas de la comunidad universitaria, 12 niños del Atelier y un colectivo de 60 estudiantes, el evento se realizó del 15 al 19 de mayo con una duración de 10 horas por día.

Sin embargo en este evento se presentaron diferentes circunstancias que no permitieron ejecutar de la mejor manera las actividades propuestas, no contaban con información suficiente, ya que anteriormente no se había desarrollado ningún evento de esta índole.

Es por ello que con la sistematización de la Muestra de Arte Universitaria, se pretende mejorar los procesos, dejando bases y registros para un próximo evento con características similares.

A lo largo del presente documento se expondrán las diferentes estrategias de circulación y divulgación de los productos artísticos de las artes plásticas y visuales, continuando con el

modelo de presupuesto y costo para la muestra universitaria y finalizando con el proceso de puesta en marcha.

Objetivo general

Sistematizar los procesos de la organización y gestión de una muestra de arte en un entorno universitario, caso muestra de arte universitario.

Objetivos específicos

1. Indagar las diferentes estrategias de circulación y/o divulgación de los productos artísticos de las artes plásticas y visuales, teniendo en cuenta la función que cumple y los beneficios que obtiene la comunidad a través de estos.
2. Elaborar un modelo de presupuesto y costeo para la muestra de arte universitaria.
3. Diseñar el proceso de puesta en marcha de la muestra de arte universitaria.

Planteamiento del problema

En la actualidad la carencia de espacios de circulación y divulgación de artes plásticas y visuales en la Universidad de Ibagué, podría ser una razón por la cual los estudiantes no demuestran interés por la apreciación estética y creación artística.

Según (Erichiry, 2010) las artes plásticas y visuales son una forma “de desarrollo de la sensibilidad que involucra un concepto amplio de cultura ya que plantea interés por estimular las capacidades del individuo y de su grupo social para desarrollar las potencialidades creadoras, organizar la propia experiencia y ponerla en contacto con los otros”. Es por ello que las artes son importantes en un entorno educativo, ya que por medio de este se logra tener una formación integral. Por lo descrito anteriormente surgió la iniciativa de la conformación de un salón de arte plástico en la Universidad de Ibagué. Su primera versión se llevó a cabo del 15 al 19 de mayo de 2011. Sin embargo, dicha iniciativa presentó inconvenientes de organización y gestión administrativa que no permitieron desarrollar de manera adecuada el objetivo propuesto. Por esta razón durante la ejecución del salón de arte plástico no se sistematizó la experiencia. Sin embargo, el único material documental son: Registros fotográficos, lista de asistentes y publicidad implementada. Siendo de esta manera difícil rendir cuentas y medir el impacto dentro de la comunidad. Por lo tanto, se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Qué elementos se deben de tener en cuenta para organizar y gestionar un evento de circulación y divulgación artística en un entorno universitario?

Justificación

Este trabajo se justifica en la necesidad de sistematizar los procesos de organización y gestión en la muestra de arte de la Universidad de Ibagué 2019, con el fin de ordenar la información recolectada y así poder identificar y explicar los cambios que sucedieron, los resultados y las lecciones aprendidas durante el desarrollo del proyecto.

El presente enfoque permitirá replicar el modelo y servir como guía para una iniciativa similar a la muestra de arte, dejando claridad de los procesos llevados a cabo y así evitar posibles falencias.

Es importante tener en cuenta que el arte es uno de los medios de expresión de la sensibilidad humana y es de gran importancia para la educación, ya que permite el desarrollo creativo en etapas de formación, estimula habilidades cognitivas y motiva al estudiante a manifestar de una manera diferente sus ideas, emociones y sentimientos (León, 2008).

Por lo anterior se resalta la importancia del arte y su expresión, además de llevar un correcto proceso de organización y gestión, pues a pesar de que se han desarrollado eventos similares, la relevancia que le han dado al tema no ha sido suficiente y por este motivo se toma la decisión de poner en práctica nuevamente el evento para este año 2019, corrigiendo y plasmando adecuadamente los pasos a tener en cuenta en la Muestra de Arte Universitaria.

La principal razón de este trabajo radica en el uso correcto y aprovechamiento de los beneficios que nos brindan las artes plásticas y visuales, tener un espacio físico donde se pueden apreciar con más frecuencia este tipo de eventos y llevar un adecuado registro de su planeación, organización, desarrollo y control.

Marco referencial

Una muestra de arte es un espacio creado para la exhibición de un determinado número de obras artísticas, las cuales pueden ser de diferentes tipos, entre ellas se encuentran las artes plásticas y visuales. (Bonilla, 2019)

Las expresiones de las artes plásticas y visuales, están agrupadas de la siguiente manera:

Tabla 1 Expresiones de las artes plásticas y visuales

Fuente: Elaboración propia, información tomada de la Enciclopedia ilustrada (Cumbre, 1976).

EXPRESIONES DE LAS ARTES PLÁSTICAS Y VISUALES	DEFINICIÓN
Pintura	Es el arte que representa en cualquier superficie plana cualquier objeto real o imaginario por medio del dibujo y del color. Desde el punto de vista técnico la pintura se dice que es al fresco cuando se aplica a paredes y techo usando colores disueltos en agua y cal; al óleo cuando ha sido elaborada con colores desleídos en aceite secante, por lo general sobre una tela. La pintura al pastel se efectúa con lápices blandos y pastosos; la acuarela emplea colores transparentes diluidos en agua. A la aguada se llama el procedimiento de emplear colores espesos, templados con agua de goma y miel. Pintura al temple es la preparada con líquidos glutinosos y calientes; en ella se emplea, entre otros productos, el agua de cola. En la llamada de porcelana se usan colores minerales endurecidos y unidos por medio del fuego.
Fotografía	Es una técnica y una forma de arte, esta consisten en capturar imágenes empleando para ello la luz, proyectándola y fijándola en forma de imágenes sobre un medio sensible (físico o digital).

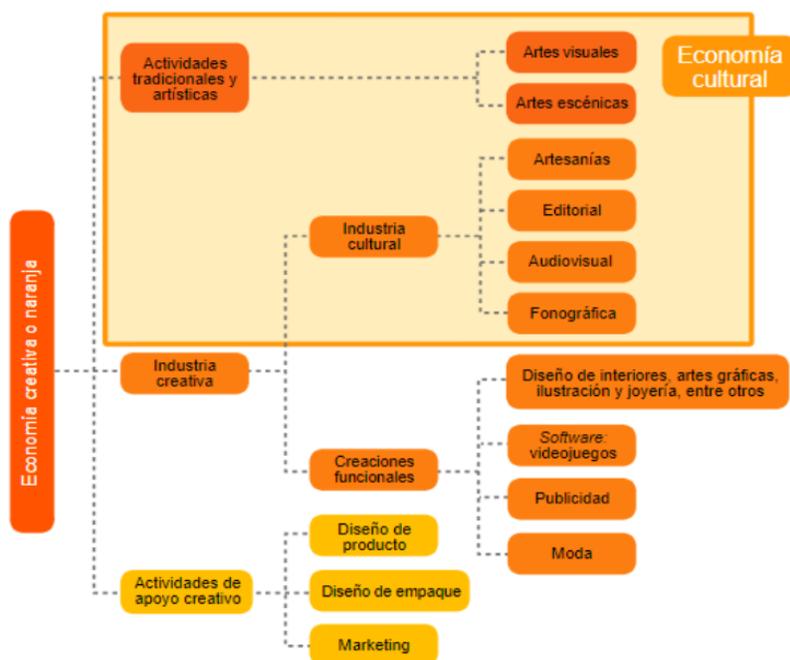
Grabado	Es el arte de dibujar y modelar por incisión en un cuerpo duro, produciendo trazos y formas que ornamentan y embellecen el objeto así tratado. Existen dos formas de grabar: la primera, de relieve consiste en cortar el dibujo sobre la superficie dura, la cual por lo general es madera para que sobresalga cada línea. La segunda manera es diametralmente opuesta, porque sobre la superficie, de la plancha las herramientas siguen el trazado del dibujo de manera que cada uno de los rasgos queda vaciado. Algunas de las técnicas utilizadas en el grabado son: Talla dulce, aguafuerte, a puntos, imitando a lápiz, litografía y la xilografía.
Escultura	Es la presentación de seres o cosas en tres dimensiones, semejando a las formas vivas se dice que es dibujo tridimensional. En la escultura se emplean varias materias, las cuales son: El mármol, la madera, el bronce, el marfil, la arcilla o barro de modelar o la cera.
Instalación	Es un tipo de arte contemporáneo en el cual el artista utiliza, como parte de la composición, el propio medio. En muchas ocasiones, los materiales escogidos, llenan más o menos el espacio y el espectador es invitado a moverse alrededor de la obra o interactuar con la pieza.
Arquitectura	Es el arte de ordenar las superficies y volúmenes en un espacio para habitación humana, lugares de reuniones públicas o monumentos conmemorativos. La función primaria de la arquitectura es la protección contra la intemperie y otros factores hostiles del medio ambiente. Su función secundaria es satisfacer las necesidades privadas y públicas, así como las estéticas.

Las artes plásticas y visuales están destinadas a la contemplación y se enfocan en valores estéticos. Estas son expresiones creativas que mediante el uso de diversos recursos, las personas dan a conocer sus ideas, emociones y la percepción del mundo real o imaginario. La expresión de cada artista suele ser diferente, ya que depende de sus experiencias personales, imaginación, conocimiento, pensamiento, entre otros.

Existen diferentes formas para definir las actividades artísticas y según el Banco Interamericano de Desarrollo manera como las clasifica el según sus cualidades de la siguiente manera:

Ilustración 1 Economía creativa

Fuente: (Benavente, 2017)



La economía creativa es considerada como el grupo de actividades a través de las cuales las ideas se transforman en bienes y servicios culturales y creativos, cuyo valor está o podría estar protegido por derechos de propiedad intelectual.

La economía creativa o naranja incluye actividades relacionadas a tres conceptos principales: actividades tradicionales o artísticas (cerámica, pintura, escultura), industria creativa (moda, Publicidad, editorial) y actividades que brindan apoyo creativo a industrias tradicionales (diseño de producto, diseño de empaque y marketing).

Capítulo 1: Estrategias de circulación y divulgación de los productos artísticos de las artes plásticas y visuales

Los canales de circulación y divulgación cumplen una función primordial y es la forma en cómo se van a dar a conocer los productos artísticos que se van a exhibir, son un enlace entre el autor, la obra y el público. Existen diferentes espacios de circulación y divulgación en donde los autores pueden inscribir sus obras y participar para exponerlas, entre ellos están:

- **Museo:** Según (ICOM, 2007) un museo "es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierto al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y recreo".

Este tipo de espacios brinda a la comunidad una oportunidad de apreciar las distintas maneras en que artistas ven el mundo, además exponen la historia desde una perspectiva diferente por medio de obras de arte y le ofrecen a los espectadores una visión del pasado, presente y futuro.

Los principales museos de Colombia son los siguientes:

Tabla 2 Principales museos de Colombia

Fuente: Elaboración propia, información tomada de (Nieto, 2016).

Museo	Ciudad
Maloka	Bogotá
Museo del Oro Zenu	Cartagena
Casa Museo Quinta de Bolívar	Bogotá
El Catillo Museo y Jardines	Medellín
Museo de la Caña de Azúcar	Cali
Museo Nacional	Bogotá
Museo del Caribe Gabriel Garcia Márquez	Barranquilla
Museo de Antioquia	Medellín
Museo Botero	Bogotá
Museo del oro	Bogotá

De acuerdo a la coordinadora regional de la Red de Museos, Margareth Bonilla, en Ibagué están el Museo de Arte del Tolima en el barrio Belén, el Museo Antropológico de la universidad del Tolima y El museo del maestro Rozo ubicado en el barrio la Paz.

- **Galería:** Es un espacio para la exhibición y promoción artística, en el cual albergan obras pictóricas realizadas con distintas técnicas como: Acuarela, grabado, fotografía o pintura. Las personas que visitan una galería lo hacen solo como espectadores o con el fin de adquirir unas de las obras expuestas. En estos lugares se establecen operaciones comerciales para generar un intercambio económico entre el artista y el espectador. Las galerías comerciales tienen como función, rentar sus espacios para los artistas sin

importar quién sea el expositor y comúnmente se instalan en locales comerciales. Las galerías culturales en su mayoría pertenecen al estado y su objetivo es promover el patrimonio nacional (Peraza, 2017). Estos espacios se crean con fines artísticos y educativos, siendo de gran importancia para la vida social y cultural de una comunidad. Los artistas al ser representados por parte de una galería tienen diferentes beneficios, tales como el acceso a un amplio número de espectadores, impulso financiero y la oportunidad de crear nuevas conexiones.

- **Feria:** “Una feria de arte es un escenario donde se reúnen galeristas, artistas, coleccionistas y público para conocer en un tiempo determinado el arte que se está realizando en una región. Una oportunidad de encontrarse en un mismo lugar y compartir experiencias en torno al arte” (Cerquera, 2016). Las ferias de arte brindan a los artistas la posibilidad de que el público en general pueda conocer sus obras artísticas y además poder ofertarlas.
- **Muestra de arte:** Es un espacio donde se dan a conocer al público diversas obras de uno o varios artistas, estas suelen ser temporales con un periodo de duración menor a 30 días (Bonilla, 2019). Sirven para dar a conocer obras de tipo local, beneficiando así a los artistas con poco recorrido en el gremio del arte, se puede realizar en cualquier lugar donde se puedan adaptar y exhibir las obras de manera cuidadosa y responsable.
- **Salón de arte:** Es un evento de arte que generalmente tiene un propósito determinado, convocado por una entidad con un reconocimiento final para los artistas, por ejemplo Salón BAT, Salón Nacional de Artes, Salón Tolimense de Fotografía, en donde se realiza

previamente una convocatoria y luego un jurado selecciona las obras que se exhiben, algunos dan premios según los parámetros de dicha convocatoria (Bonilla, 2019).

Se entienden también por canales de divulgación, los medios por los cuales se dan a conocer las convocatorias y demás temas relacionados con el evento que se vaya a realizar, es decir: los correos electrónicos, redes sociales, canales radiales, prensa, publicidad por volantes y voz a voz.

Capítulo 2: Modelo de presupuesto y costo para la muestra de arte universitaria

Cuando se quiere llevar a cabo un evento, es importante tener en cuenta varios factores que permitan la correcta ejecución del mismo, algunos de los factores a considerar es el presupuesto y costos, ya que estas herramientas permiten diagnosticar, planificar y controlar los recursos para la ejecución de los diferentes objetivos durante el proyecto. El presupuesto sirve de guía y se debe de tener en cuenta que los valores que se reflejan son estimados, más no exactos.

El modelo de presupuesto se dividió en tres etapas, preproducción, producción y posproducción. En la preproducción están los honorarios, diseño museográfico, insumos de papelería, trámites, impresiones, transportes, fletes, acarreos y otros. En la producción se encontrarán honorarios por adecuación del espacio, logística, guías de sala, comestibles y bebidas, por último en la posproducción, los honorarios e insumos para la restitución del espacio, desmontaje e imprevistos.

En el rubro por honorarios se tienen en cuenta la participación de cada uno de los integrantes del equipo de trabajo que estaba conformado por profesores y alumnos de las facultades de Humanidades, Ciencias Económicas y Administrativas, Artes y Ciencias Sociales de la Universidad de Ibagué y la ayuda recibida por parte de terceros. También los materiales que fueron necesarios para llevar a cabo el proyecto, algunos de ellos son impresiones, insumos para montaje, caballetes paneles, y por último se encuentra el ítem de otros.

A continuación se explicarán de manera detallada los rubros que conforman el presupuesto:

- **Honorarios:** Se tienen en cuenta los pagos de las personas que hicieron posible el evento, entre ellas el personal de logística, que se encarga de organizar y adecuar el espacio. El área de marketing y apreciación, tiene a su cargo diseñar las piezas

publicitarias y escoger los medios de divulgación del evento. El área financiera, presupuesta los costos y gastos del proyecto, además de registrar toda la información de manera sistematizada. También se tiene en cuenta el personal encargado del montaje y desmontaje de los paneles divisorios. El museógrafo tiene a su cargo la instalación del sonido, iluminación, montaje y distribución de las obras. Además de costos y gastos adicionales para curadores, artistas, y otros.

- **Restitución del espacio:** Al concluir una exhibición artística, el espacio debe quedar en las mismas condiciones en la cual fue recibido, por ello en algunas circunstancias se debe hacer uso de insumos de limpieza, pintura u otros materiales necesarios para la restitución del mismo.
- **Tramites:** Se debe destinar un monto para el alquiler del espacio, posibles seguros que se deban adquirir en caso de daños o pérdidas físicas de las obras y el lugar, también es posible que se deban hacer trámites de permisos si aplica en el caso.
- **Papelería:** Se necesitan varios materiales para realizar el montaje de las obras y el lugar, por ejemplo papel para las impresiones de las fichas técnicas, diplomas, afiches; cinta, nylon y ganchos para el montaje de las obras de colgar; cartón paja, bisturí y cinta de enmascarar para la adecuación de las fotografías.
- **Publicidad:** Es recomendable que los eventos tengan un apoyo publicitario para darse a conocer y para divulgar la información. En la muestra de arte se crearon unos diseños publicitarios y un eslogan para los volantes, afiches, el correo institucional, redes sociales y cuñas radiales, por esto es importante destinar una parte del presupuesto para este rubro.

- **Comidas y bebidas:** Aunque no es de carácter obligatorio, según la recomendación de la Directora del Museo De Arte Del Tolima Margareth Bonilla, es importante hacer una apertura y cierre del evento con los artistas en donde se les pueda ofrecer algún pasabocas y algo de beber.
- **Transportes, fletes y acarreos:** Para este caso, se pagó el transporte de los paneles que dividían las secciones de la Muestra de Arte, además de los transportes que se incurrieron para la compra de la papelería y demás materiales necesarios.
- **Imprevistos:** Se recomienda destinar un monto para imprevistos que se puedan presentar durante o después del evento, arreglos en el espacio físico por daños o en las obras y gastos adicionales.

Algunas de las actividades que se llevaron a cabo no pudieron ser costeadas, debido a que fueron aportes personales del equipo de trabajo.

A continuación se presentarán de manera detallada los rubros utilizados en el modelo de presupuesto:

Ilustración 2 Modelo de presupuesto

Fuente: Elaboración propia

PRE-PRODUCCIÓN			
CONCEPTO DEL GASTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL PRESUPUESTADO
HONORARIOS			
CURADOR(ES)			
ARTISTA(S)			

MUSEÓGRAFO(S)			
MONTAJE			
DISEÑO(S)			
MARKETING			
FINANCIERA			
TOTAL HONORARIOS			

TRAMITES			
ALQUILER DEL ESPACIO			
SEGUROS			
PERMISO ANTE ENTIDADES SEGÚN ACTIVIDAD			
TOTAL TRAMITES			

PAPELERÍA			
MANECILLA(S)			
METALICA(S)			
TIJERA(S)			
CINTA(S)			
NAYLON			
CARTON(ES) PAJA			
FOTOCOPIA(S)			
PEGANTE			
LAPICER(OS)			
PINTURA(S)			
PINCEL(ES)			
TOTAL PAPELERÍA			

IMPRESIONES			
DIPLOMA(S)			
AFICHE(S)			
VOLANTE(S)			
FICHA(S) TÉCNICA(S)			
INVITACIONE(S)			
LONA(S)			
LISTA(S) DE ASISTENCIA(S)			
ENCUESTA(S)			
TOTAL IMPRESIONES			

PUBLICIDAD			
CUÑA(S) RADIAL(ES)			
PUBLICACION(ES) EN REDES SOCIALES			
CORREOS ELECTRÓNICOS			
TOTAL PUBLICIDAD			
TRANSPORTE(S), FLETE(S) Y ACARREO(S)			
OTROS			
TOTAL PREPRODUCCIÓN			

PRODUCCIÓN			
HONORARIOS			
ADECUACIÓN DEL ESPACIO			
LOGISTICA			
GUÍA(S) DE SALA			
MESERO(S)			
TOTAL HONORARIOS			
COMIDA(S) Y BEBIDA(S)			
OTROS			
TOTAL PRODUCCIÓN			

POS-PRODUCCIÓN			
HONORARIOS			
DESMONTAJE			
RESTITUCIÓN DEL ESPACIO			
TOTAL HONORARIOS			
IMPREVISTO(S)			
TOTAL POSPRODUCCIÓN			

El modelo mencionado anteriormente se validó por medio del presupuesto de la muestra de arte universitario. El valor total presupuestado se obtiene diligenciando la cantidad (horas, unidades, etc.) y el valor unitario. Al final este valor se podrá comparar con los valores reales, es decir el ejecutado.

A continuación se presenta el presupuesto de la muestra de arte universitaria 2019:

Tabla 3 Presupuesto de la Muestra de Arte Universitaria

Fuente: Elaboración propia

PRE- PRODUCCIÓN			
CONCEPTO DEL GASTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL PRESUPUESTADO
HONORARIOS			
ARTISTA(S)	3	\$60.000	\$180.000
MONTAJE	31	\$69.097	\$2.142.007
TOTAL HONORARIOS			\$2.322.007
PAPELERÍA			
PINTURA(S)	10	\$4.000	\$40.000
PINCEL(ES)	4	\$2.500	\$10.000
TOTAL PAPELERÍA			\$50.000
IMPRESIONES			
VOLANTE(S)	1200	\$133	\$159.600
TOTAL IMPRESIONES			\$159.600
PUBLICIDAD			
CUÑA(S)	4	\$75.000	\$300.000
RADIAL(ES)			
TOTAL PUBLICIDAD			\$300.000
TRANSPORTE(S), FLETE(S) Y ACARREO(S)			
	6	\$122.650	\$735.900
OTROS	10	\$50.000	\$500.000
TOTAL PREPRODUCCIÓN			\$4.067.507

Capítulo 3: Proceso de puesta en marcha de la muestra de arte universitaria

Para el proceso de puesta en marcha de la Muestra de arte Universitaria, se tuvo en cuenta el proceso administrativo, el cual está compuesto por cuatro etapas, planeación, organización, dirección y control, sin embargo en las industrias creativas por sus dinámicas están definidas de la siguiente manera: planeación y organización como pre-producción, dirección como producción y control como pos-producción.

Se entiende como proceso administrativo, la secuencia sistemática de funciones para realizar las tareas mediante acciones específicas, como planear, organizar, direccionar y controlar sobre los miembros de una organización, utilizando todos los recursos organizacionales para poder cumplir todos los objetivos establecido (Chiavenato, 2004)

Planeación: Define lo que pretende realizar la organización en el futuro y cómo debe realizarlo, por esta razón la planeación es la primera función administrativa, y se encarga de definir los objetivos para el futuro desempeño organizacional, decide sobre los recursos y tareas necesarias para alcanzarlos de manera adecuada (Chiavenato, 2004).

Organización: Busca los medios y recursos necesarios que permitan llevar a cabo la planeación, y refleja la manera como la organización o empresa intenta cumplir los planes. La organización es la función administrativa relacionada con la asignación de tareas. Compromete a las personas en un trabajo conjunto estructurado para conseguir objetivos comunes (Chiavenato, 2004).

Dirección: Representa la puesta en marcha de lo que fue planeado y organizado. En consecuencia, la dirección es la función administrativa que incluye el empleo de la influencia para activar y motivar las personas a alcanzar los objetivos organizacionales. La dirección es el

proceso de influir y orientar las actividades relacionadas con las tareas de diversos miembros del equipo (Chiavenato, 2004)

Control: Representa el acompañamiento, monitoreo y evaluación del desempeño organizacional para verificar si las tareas se han ejecutado de acuerdo a lo planeado, organizado y dirigido.

Monitorea de modo que se puedan conseguir los objetivos y emprender los ajustes necesarios para corregir los desvíos (Chiavenato, 2004)

Preproducción: En esta etapa se definió que se iba a realizar un evento artístico, teniendo como lugar la Universidad de Ibagué. Inicialmente se pensó en nombrarlo como salón de artes plásticas, pero debido a su corta duración se nombró como muestra de arte universitario.

Se fijó como fecha para la muestra de arte los días 16, 17 y 18 de septiembre y se llevó a cabo en el auditorio de la universidad de Ibagué, cabe resaltar que la reserva del lugar del evento se debe de hacer con anticipación para evitar posibles inconvenientes.

Se definieron equipos de trabajo divididos por comités, los cuales eran: Marketing y apreciación, financiera y logística. Estos equipos de trabajo estaban compuestos por profesores y estudiantes de la facultad de ciencias económicas y administrativas y la facultad de humanidades, y a cada comité se le asignaron diferentes actividades con el fin de cumplir los objetivos propuestos.

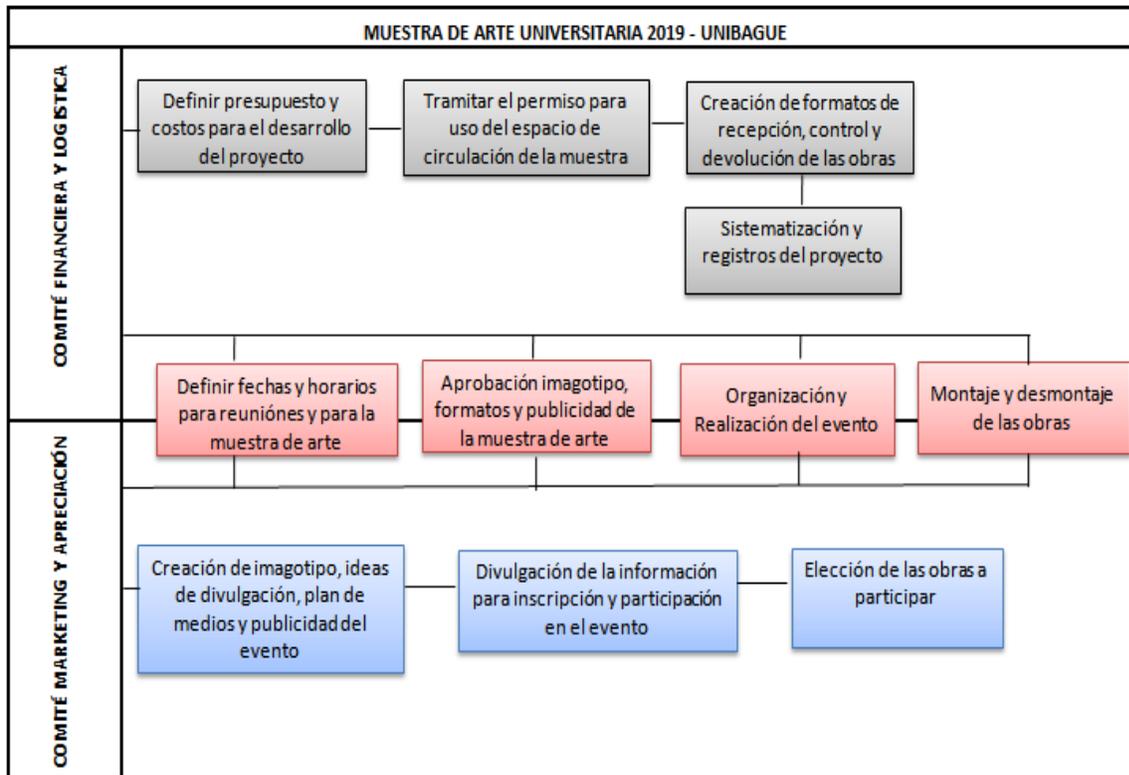
Tabla 4 Equipo de trabajo

Fuente: Elaboración propia

EQUIPOS DE TRABAJO		
Comité de apreciación y marketing	Facultad	Cargo
Integrante 1	Humanidades	Docente
Integrante 2	Humanidades	Docente
Integrante 3	Humanidades- Apoyo	Estudiante
Integrante 4	Mercadeo	Docente
Comité Financiero y logístico	Facultad	Cargo
Integrante 1	Ciencias económicas y adm.	Docente
Integrante 2	Ciencias económicas y adm.	Docente
Integrante 3	Ciencias económicas y adm.	Apoyo
Integrante 4	Ciencias económicas y adm.	Estudiante
Integrante 5	Ciencias económicas y adm.	Estudiante

Ilustración 3 Actividades por comités

Fuente: Elaboración propia



Para ello se establecieron días y horarios para verificar el cumplimiento y avance de las actividades programadas.

Se evaluaron los recursos disponibles para el desarrollo del evento, los cuales fueron obtenidos por parte de las facultades de ciencias económicas y administrativas y la facultad de humanidades, teniendo claro los recursos con los que se cuenta, el equipo pudo analizar los posibles costos y gastos en los cuales se pueden incurrir.

Para las piezas publicitarias se diseñó el imagotipo con el nombre del evento muestra de arte universitario (MAU) y como eslogan: Una muestra artística para todos.

Ilustración 4 Imagotipo MAU

Fuente: Comité de marketing y apreciación



Para el evento se determinaron dos segmentos de participantes, los cuales fueron: Expertos y novatos, los expertos tienen un conocimiento conceptual, teórico, técnico y crítico, por el contrario los novatos carecen de este conocimiento (Silvia, 2013). En el segmento de expertos se incluyen los bohemios y expertos en proceso, a un nivel intermedio se encuentran los aficionados, y por último al segmento de novatos pertenecen los principiantes y curiosos.

Paso seguido, se consideraron diferentes medios para dar a conocer el evento, tales como cuñas radiales, redes sociales (Instagram, Facebook), correo institucional, visitas a colegios, universidades, museo del arte del Tolima y entrega de volantes y afiches.

Se creó un correo institucional (muestradearteuniversitario@unibague.edu.co) para suministrar información acerca del evento y se delegó un miembro del equipo de trabajo para el manejo del mismo.

Se diseñó un plano del espacio disponible para realizar la muestra, en donde se pudiera observar de manera clara la distribución de las obras a exponer, cuál sería el recorrido de los asistentes en el evento, como dividir los espacios por tipos de obras y el montaje de los paneles.

Ilustración 5 Plano del auditorio central de la Universidad de Ibagué

Fuente: Nicolas Franco Perilla

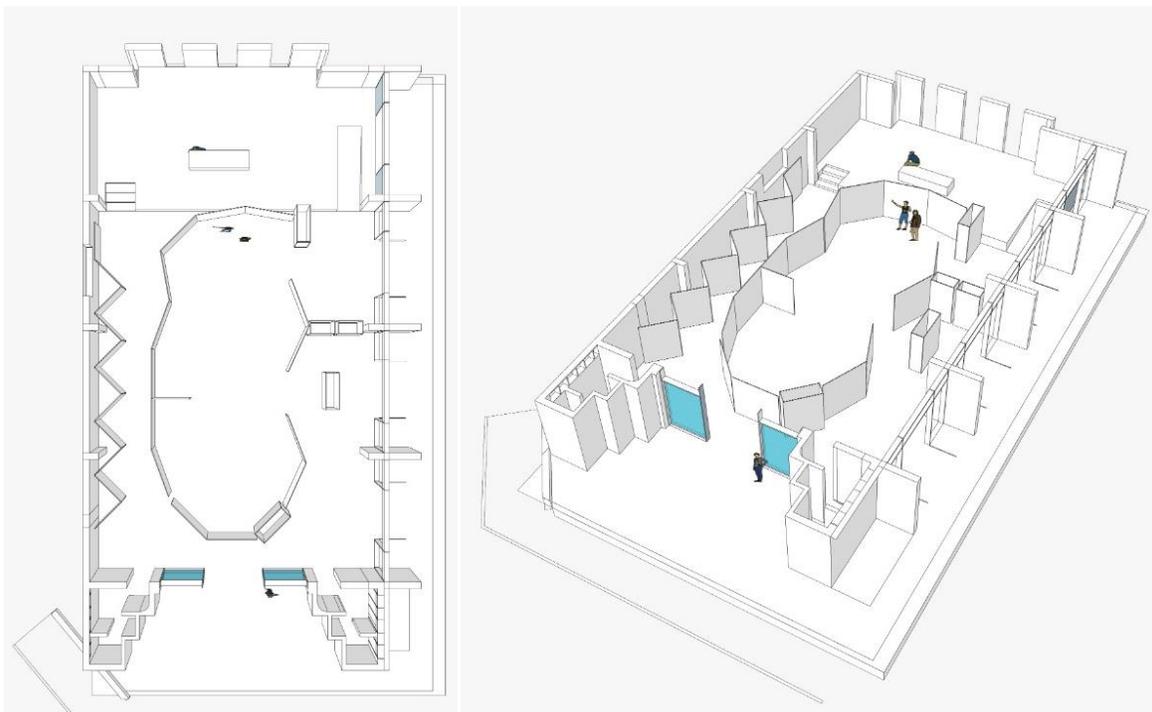
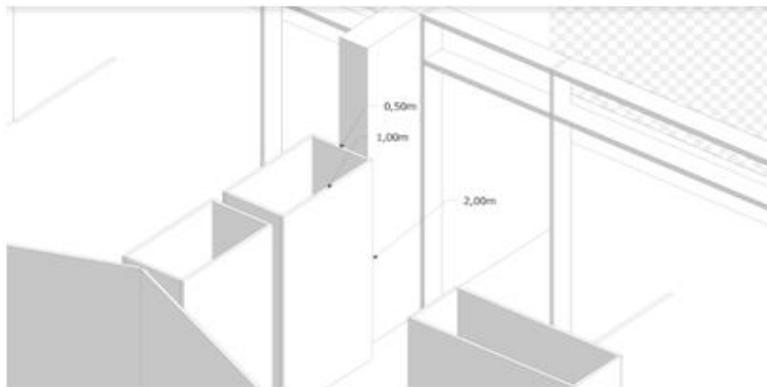
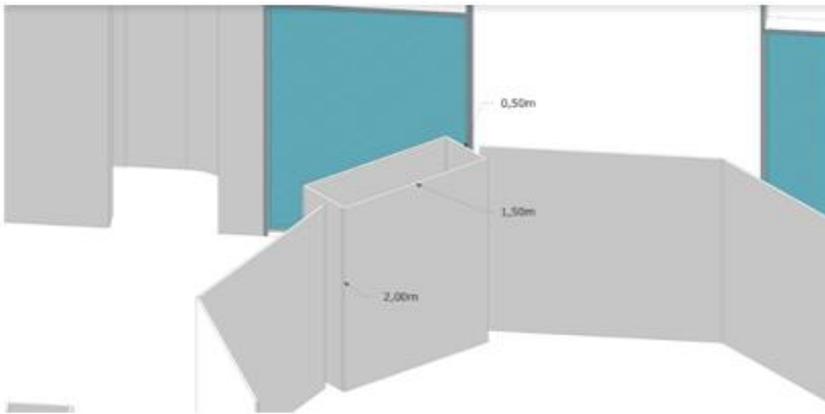
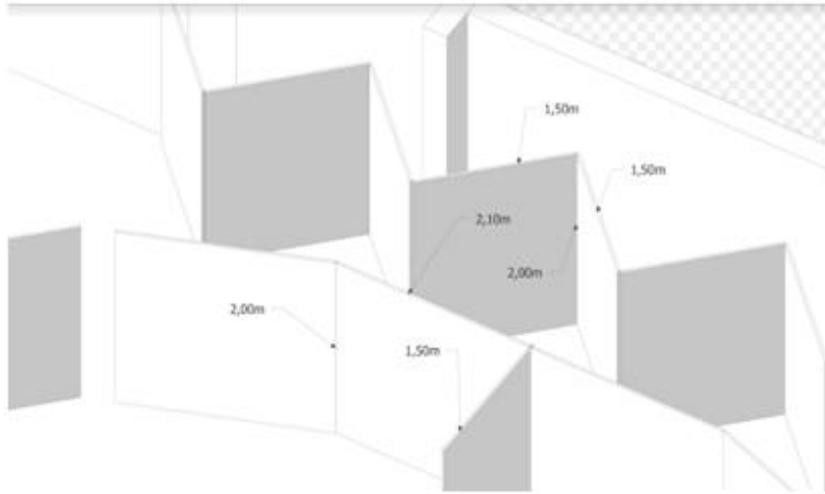


Ilustración 6 Paneles divisorios

Fuente: Nicolás Franco Perilla



Para este tipo de eventos artísticos es necesario realizar de manera clara y detallada la convocatoria, por tal motivo se estructuró de la siguiente manera: Nombre del evento, fecha en la que se llevará a cabo, introducción, temática, objetivo de la convocatoria, a quién va dirigido, las bases de la convocatoria, las fechas de inscripción, selección, recepción y devolución de las obras, y por último el cronograma.

La temática del evento trató sobre ciudades invisibles, tomando como base conceptual las ideas y el imaginario de Italo Calvino con su relato de ciudades invisibles, que a su vez parten de la inspiración de las descripciones que Marco Polo contaba con Kublai Kan.

El objetivo de la convocatoria fue propiciar un espacio para la generación y apropiación de experiencias artísticas para todos. Este evento fue dirigido a estudiantes, administrativos y docentes de instituciones de educación superior.

Tabla 5 Datos del evento

Fuente: Comités MAU

DATOS DEL EVENTO	
Nombre :	Muestra De Arte Universitaria “MAU”
Lugar:	Auditorio principal Universidad de Ibagué
Duración de la muestra:	Del 16 al 18 de septiembre de 2019, de 8:00 a.m a 7:00 p.m
Temática:	Ciudades invisibles
Dirigido a:	Estudiantes, docentes y administrativos de entidades de educación superior.
	Pintura: óleo, acuarela, temple, acrílico, gouache.
Convocatoria abierta para tipos de obras:	Dibujo (libretas de dibujo): carboncillo, pastel, sanguina, lápiz, tinta china, conte, plumones, marcadores, rotuladores.
	Cerámica: barro, arcillas, porcelana.
Medidas de la obra:	No exceder 70cm x 50cm bidimensional y 70cm de diámetro tridimensional, (obras realizadas durante los años 2018 y 2019).
Inscripción:	Medio virtual, con fotografía de la obra y documentos del autor.

Selección de las obras:	14 y 15 de agosto de 2019, dando a conocer la lista de seleccionados el 16 de agosto por la página web de la Universidad de Ibagué.
Recepción de las obras:	Desde el día 16 hasta el 30 de agosto de 2019, de 9:00a.m a 12m y de 2:00p.m a 6:00p.m. Formato de recepción de las obras (Ver Anexo A).
Devolución de las obras:	23 y 24 de septiembre, biblioteca Universidad de Ibagué. Formato de devolución de las obras (Ver Anexo B).

Para complementar el evento se definió llevar a cabo varios talleres artísticos, ya que por medio de estos se integran la teoría y la práctica, como también aportan en la formación y desarrollo de las habilidades de sus participantes. Los talleres que se dictaron fueron sobre: Tinta, cerámica, manga cómic, lápiz blanco y economía naranja. Estos se llevaron a cabo durante los días del evento en la casona y tuvieron gran acompañamiento tanto de artistas como aficionados. La reserva del lugar donde se llevaron a cabo se hizo con anticipación, ya que esto permite tener claro el lugar y las fechas en las cuales se van a realizar las actividades complementarias al evento y así prever cualquier contratiempo.

Ilustración 7 Talleres de dibujo

Fuente: María Victoria León



Producción: En este proceso se realizó el montaje de las obras, se verificó que todas las actividades propuestas se estuvieran llevando a cabo y que la muestra de arte se estuviera realizando de la mejor manera. Se elaboró un cronograma para el equipo de trabajo durante el evento, asignando las respectivas labores, entre ellas el cuidado del área de exposición, registros de ingreso a la muestra, señalización del recorrido, toma de comentarios y recomendaciones. En los tres días que duró el evento, el equipo mantuvo una buena comunicación y cada uno desde su experiencia o punto de vista aportó ideas para el correcto cumplimiento de los objetivos planteados.

Ilustración 8 Montaje de obras

Fuente: Juan Camilo Molina Díaz



Posproducción: Después de dar por concluido el evento, se realizó el desmontaje de las obras y se devolvieron a los artistas, este proceso se realizó con el respectivo cuidado y precauciones, con el fin de mantener el buen estado de las mismas. Seguido a esto se llevó a cabo la restitución y entrega del espacio.

En esta etapa del proyecto es de gran importancia ejecutar una evaluación, por lo tanto se realizó una comparación y un respectivo análisis entre los objetivos propuestos y los resultados obtenidos, esto permite identificar las virtudes o falencias del evento y lo que se debe replicar o cambiar en el futuro. Por último se recopilaron todos los documentos y registros fotográficos, para ser archivados y consultados posteriormente.

Conclusiones

1. Con el desarrollo de este trabajo, se concluye que es importante sistematizar los procesos de la organización y gestión de una muestra de arte en un entorno universitario, Identificando las falencias y virtudes con el fin de darle continuidad o replicar el evento mencionado anteriormente.
2. Se definen los elementos que se deben tener en cuenta para organizar y gestionar un evento de circulación y divulgación artística en un entorno universitario. Queen primera instancia se debe aplicar un proceso administrativo adecuado, cumpliendo con los modelos de planeación, organización, dirección y control para el correcto desarrollo de la actividad.
3. La elaboración del modelo de presupuesto, ayuda al lector a tener un panorama claro respecto a los costos y gastos en los que se incurre al momento de desarrollar una muestra de arte universitaria.

Recomendaciones

1. Se recomienda que para una próxima iniciativa de realizar un evento con fines artísticos, se puedan aprovechar los recursos que brinda el ministerio de cultura con la convocatoria de estímulos, aplicando con el tiempo y suficiente para poder presentar la respectiva propuesta y obtener el beneficio.
2. Definir de manera clara la convocatoria, respetando los parámetros establecidos en ella, tales como fechas, temática del evento y límite de participantes.
3. Crear un espacio para la exhibición de las obras artísticas elaboradas por la comunidad universitaria, con el fin de que puedan dar a conocer sus habilidades y talento, además de promover el arte y la cultura en la universidad de Ibagué.

Bibliografía

- Benavente, J. M. (8 de 2017). *IDB*. Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Pol%C3%ADticas-p%C3%ABlicas-para-la-creatividad-y-la-innovaci%C3%B3n-Impulsando-la-econom%C3%ADa-naranja-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>
- Bonilla, M. (11 de 2019). Ibagué, Colombia.
- Cerquera, A. (2016). *El pais.com.co*. Obtenido de <https://www.elpais.com.co/entretenimiento/cultura/guia-para-entender-que-es-una-feria-de-arte.html>
- Chiavenato, I. (2004). *Administración en los nuevos tiempos*. En I. Chiavenato. Colombia: Mc Graw Hill.
- Cumbre, E. i. (1976). Mexico: Cumbre S.A.
- Erichiry, N. E. (2010). *Aproximación a la educación artística en la escuela*. Obtenido de Anuario de investigaciones: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-16862010000100013&script=sci_arttext
- ICOM. (2007). *Consejo Internacional de Museos*. Recuperado el 2019, de <https://icom.museum/es/actividades/normas-y-directrices/definicion-del-museo/>
- Jackson, W. (1976). *Enciclopedia ilustrada*. Mexico: Cumbre S.A.
- León, T. (2008). *Ministerio de educación*. Obtenido de https://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-339975_recurso_4.pdf
- Nieto, C. (5 de 11 de 2016). Obtenido de <https://www.carlosnieto.com.co/los-diez-mejores-museos-de-colombia/>
- Peraza, M. (9 de Enero de 2017). *El arte del mercado en arte*. México: Miguel Angel Porrá. Recuperado el 2019, de <https://www.muvipa.com.mx/>
- Silvia, P. J. (2013). *INTERESTED EXPERTS, CONFUSED NOVICES*. Obtenido de <https://doi.org/10.2190/EM.31.1.f>

Anexos

Anexo A Formato de recepción de obras

Fuente: Manual de producción y montaje para las artes visuales Ministerio de cultura

FORMATO DE RECEPCIÓN DE OBRA

FR-RDO - V.2019



Título de la obra			
Fechas de exposición			
Nombre artista dueño de la obra		Institución de ES	
Correo electrónico		Teléfono	
Dirección		Celular	
RECEPCIÓN DE OBRA			
Fecha de entrega de la obra en la Universidad (dd/mm/aaaa):			
Número de radicado:			
Tipo de obra (Marque con una X)	Pintura	Cerámica	Dibujo
Técnica utilizada en la obra			Libreta de dibujo
Número de piezas entregadas			
Dimensiones	Obras bidimensionales		Obras Tridimensionales
	Alto	Ancho	Alto Ancho Profundidad
Observaciones:			
Raider técnico (Equipos audiovisuales, o soportes tecnológicos o insumos específicos requeridos en caso de instalaciones, obras sonoras, performance u otros tipos de montajes espaciales):			
En caso de medios temporales incluir duración exacta:			
Estado de la obra (marca con una x)	Bueno	Regular	Malo
Descripción del estado de la obra (Indique hallazgos que se perciban en la obra como: rasgaduras o daños de la obra):			
Información de la persona que entrega la obra			
Nombre		Teléfono de contacto	
Cedula		Dirección de contacto	
Correo electrónico		Número de cajas o guacales:	
Embalaje (Descripción del tipo de embalaje):			
Información del receptor de la obra			
Nombre		Dependencia	
Cedula			
¿Se dio a conocer a la persona que entrego la obra las fechas y horarios de devolución de la obra y las implicaciones de no reclamarla en dichas fechas y horarios?			SI NO
¿Se adjunta registro fotográfico?	SI NO	Número de fotografías tomadas	
Nombre y firma de la persona que entrega		Nombre y firma de la persona que recibe	

Anexo B Formato de devolución de obra

Fuente: Manual de producción y montaje para las artes visuales Ministerio de cultura

**FORMATO DE
DEVOLUCIÓN DE LA
OBRA**
FR-DDO - V.2019



Fecha de devolución de la obra:				
Estado de la obra (Marcar con una X)	BUENO		REGULAR	MALO
Descripción del estado de la obra:				
Embalaje (descripción del tipo de embalaje):			No. De guacales:	
Información de la persona que reclama la obra				
Nombre				
Cedula		Teléfono		
Correo electrónico		Dirección		
Información del que entrega de la obra				
Nombre				
Cedula		Dependencia		
¿La obra fue reclamada en las fechas y horarios previstos?				
SI		NO		
¿Se dio a conocer a la persona que redamo las implicaciones de no reclamar la obra en las fechas y horarios dispuestos?				
SI		NO		
¿Se adjunta registro fotográfico?		Numero de fotografías tomadas		
NO				
<p>Las personas que entregan y redaman la obra aceptan que todos los datos suministrados en el presente formato son reales respecto a la obra, la Universidad de Ibagué no se hace responsable de reclamaciones futuras que no se encuentren plasmadas en la entrega de la obra.</p>				
Nombre y firma de la persona que entrega la obra:		Nombre y firma de la persona que redama la obra:		

