



Universidad de Oriente
Núcleo de Nueva Esparta
Escuela de Hotelería y Turismo
Departamento de Servicios Turísticos

**Premios de la Academia Nacional de Artes y Ciencias de la Grabación
Otorgado a la Excelencia en Logros Discográficos (GRAMMY). Edición
2016.**

Trabajo de Grado Modalidad Cursos Especiales de Grado presentado como
requisito parcial para optar al Título de Licenciado en Hotelería.

Autores:
Alejandra Del Valle Rodríguez Marín
Ariana Patiño Soto
María José Marcano Marín

Guatamare, Febrero 2017.



**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
COMISIÓN DE TRABAJO DE GRADO
ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO
MODALIDAD CURSOS ESPECIALES**

TGLHCEG-02-2017

Núcleo: Nueva Esparta
Escuela: Hotelería y Turismo
Departamento: Servicios Turísticos
Período: II-2016

PERIODO	CÓDIGO	SEMINARIO	NOTA	PROFESOR
II-2016	203-5103	Ceremonial y Protocolo	9	Lcda. Soniuska Valerio
II-2016	203-5203	Organización de Eventos	9	Lcda. Cristina Marcano
II-2016	203-5303	Gestión de Marketing de Eventos	9	Lcda. Cruz Jiménez

Los profesores de los cursos especiales de grado del área de **GESTIÓN DE EVENTOS**, reunidos el día 23 de febrero de 2017, visto el rendimiento obtenido en los seminarios y aceptados los informes escritos y exposiciones respectivas, presentadas por (el) (la) bachiller: **ARIANA PATIÑO SOTO**, Cédula de identidad N° **21.325.354**, como requisito parcial para optar al título de **LICENCIADO EN HOTELERÍA**.

En concordancia con el Artículo 53 del Reglamento de Trabajo de Grado de Pregrado de la Universidad de Oriente, se levanta la presente acta. Los miembros del jurado han acordado el siguiente veredicto: *Aprobado*

NOMBRE DE LOS PROFESORES	CÉDULA	FIRMA
Lcda. Soniuska Valerio	10.936.711	<i>[Firma]</i>
Lcda. Cristina Marcano	10.199.696	<i>[Firma]</i>
Lcda. Cruz Jiménez	4.647.520	<i>[Firma]</i>

Lcdo. Crisógono Romero
Coordinador Comisión de Trabajo de Grado

Firma y Sello





UNIVERSIDAD DE ORIENTE
COMISIÓN DE TRABAJO DE GRADO
ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO
MODALIDAD CURSOS ESPECIALES

TGLHCEG-03-2017

Núcleo: Nueva Esparta
Escuela: Hotelería y Turismo
Departamento: Servicios Turísticos
Periodo: II-2016

PERIODO	CÓDIGO	SEMINARIO	NOTA	PROFESOR
II-2016	203-5103	Ceremonial y Protocolo	9	Lcda. Soniuska Valerio
II-2016	203-5203	Organización de Eventos	9	Lcda. Cristina Marcano
II-2016	203-5303	Gestión de Marketing de Eventos	9	Lcda. Cruz Jiménez

Los profesores de los cursos especiales de grado del área de **GESTIÓN DE EVENTOS**, reunidos el día 23 de febrero de 2017, visto el rendimiento obtenido en los seminarios y aceptados los informes escritos y exposiciones respectivas, presentadas por (el) (la) bachiller: **MARÍA JOSÉ MARCANO MARÍN**, Cédula de identidad N° **21.322.629**, como requisito parcial para optar al título de **LICENCIADO EN HOTELERÍA**.

En concordancia con el Artículo 53 del Reglamento de Trabajo de Grado de Pregrado de la Universidad de Oriente, se levanta la presente acta. Los miembros del jurado han acordado el siguiente veredicto: Aprobado

NOMBRE DE LOS PROFESORES	CÉDULA	FIRMA
Lcda. Soniuska Valerio	10.936.711	
Lcda. Cristina Marcano	10.199.696	
Lcda. Cruz Jiménez	4.647.520	

Lcdo. Crisógono Romero
Coordinador Comisión de Trabajo de Grado

Firma y Sello





UNIVERSIDAD DE ORIENTE
COMISIÓN DE TRABAJO DE GRADO
ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO
MODALIDAD CURSOS ESPECIALES

TGLHCEG-01-2017

Núcleo: Nueva Esparta
 Escuela: Hotelería y Turismo
 Departamento: Servicios Turísticos
 Período: II-2016

PERIODO	CÓDIGO	SEMINARIO	NOTA	PROFESOR
II-2016	203-5103	Ceremonial y Protocolo	9	Lcda. Soniuska Valerio
II-2016	203-5203	Organización de Eventos	9	Lcda. Cristina Marcano
II-2016	203-5303	Gestión de Marketing de Eventos	9	Lcda. Cruz Jiménez

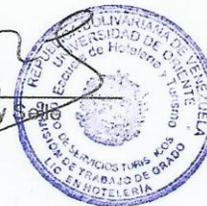
Los profesores de los cursos especiales de grado del área de **GESTIÓN DE EVENTOS**, reunidos el día 23 de febrero de 2017, visto el rendimiento obtenido en los seminarios y aceptados los informes escritos y exposiciones respectivas, presentadas por (el) (la) bachiller: **ALEJANDRA DEL VALLE RODRÍGUEZ MARÍN**, Cédula de identidad N° **19.896.253**, como requisito parcial para optar al título de **LICENCIADO EN HOTELERÍA**.

En concordancia con el Artículo 53 del Reglamento de Trabajo de Grado de Pregrado de la Universidad de Oriente, se levanta la presente acta. Los miembros del jurado han acordado el siguiente veredicto: *Aprobado*

NOMBRE DE LOS PROFESORES	CÉDULA	FIRMA
Lcda. Soniuska Valerio	10.936.711	<i>[Firma]</i>
Lcda. Cristina Marcano	10.199.696	<i>[Firma]</i>
Lcda. Cruz Jiménez	4.647.520	<i>[Firma]</i>

Lcdo. Crisógono Romero
 Coordinador Comisión de Trabajo de Grado

Firma y Sello





Universidad de Oriente
Escuela de Hotelería y Turismo
Departamento de Servicios Turísticos

Premios de la Academia Nacional de Artes y Ciencias de la Grabación Otorgado a la Excelencia en Logros Discográficos (GRAMMY). Edición 2016.

Rodríguez, Alejandra; Patiño, Ariana; Marcano, María

Cristina Marcano (1) Soniuska Valerio (2) Cruz Jiménez (3)

RESUMEN

Resumen: Los Grammy es un evento que realiza la Academia Nacional de Artes y Ciencias de la Grabación compuesta de músicos, escritores de canciones, productores, ingenieros y profesionales de la grabación que se dedican a mejorar la condición y calidad de la música y sus creadores. Dicho evento se desarrolla con el objetivo principal de dar reconocimiento a la excelencia musical y abogar por el bienestar de los fabricantes de la música. Al ser una gala de gran magnitud y prestigio, cada año se destaca por la gran innovación tecnológica en el pre-show y durante la premiación, lo cual permite que siga siendo el evento más importante en la industria musical. Este trabajo tiene como fin principal estudiar la planificación, los criterios ceremoniales y protocolares, al igual que el marketing utilizados y aplicados en los Grammy 2016, desde el punto de vista de la planificación, organización y desarrollo del evento, lo que implicó el diseño de una investigación documental de carácter monográfico, acudiéndose a la recolección de información mediante, literatura científica, páginas web, televisión, tesis, entre otros medios audiovisuales. Entre las conclusiones se expresa el adecuado uso de las estrategias y herramientas de marketing en todos sus ámbitos, la cual posiciona al evento de reconocimiento mundial y deja como imagen e identidad corporativa una huella indeleble y difícil de descartar en la sociedad actual.

Palabras claves: Academia, Canción, Categoría, Discografía, Gramófono, Música, Premio, Record.

Abstract: The Grammy Awards is an event held by the National Academy of Recording Arts and Sciences composed of musicians, songwriters, producers, engineers and recording professionals who are dedicated to improving the condition and quality of music and its creators. This event is developed with the main objective of giving recognition to musical excellence and advocating for the well-being of music makers. Being a gala of great magnitude and prestige, each year stands out for the great technological innovation in the pre-show and during the awards, which allows it to remain the most important event in the music industry. This work has as main purpose to study the planning, the ceremonial and protocol criteria, as well as the marketing used and applied in the 2016 Grammy, from the point of view of the planning, organization and development of the event, which implied the design of A documentary research of a monographic nature, by collecting information through scientific literature, web pages, television, theses, among other audiovisual media. Among the conclusions is the adequate use of marketing strategies and tools in all its fields, which positions the event of global recognition and leaves as an image and corporate identity an indelible mark and difficult to discard in today's society.

Keywords: Academy, Song, Category, Discography, Gramophone, Music, Award, Record.

1 Cristina Marcano: Dra. En Administración y Profesora de Organización de Eventos y Protocolo de la Universidad de Oriente. Escuela de Hotelería y Turismo.

2 Soniuska Valerio: Msc. Turismo

3 Cruz Jiménez: Dra. En Administración y Profesora de Organización de Eventos y Protocolo de la Universidad de Oriente. Escuela de Hotelería y Turismo.

DEDICATORIA

Primeramente a DIOS por permitirme llegar hasta este punto y darme salud para lograr concluir esta meta.

A mis padres Leila Marín y José Marcano, por apoyarme en todo momento, por sus consejos y motivación para ser una persona de bien.

A mis hermanos Grecia, Gian y José por siempre estar allí para ayudarme y apoyarme.

A mi sobrina hermosa Sofía Martínez quien siempre me trasmite alegría y energía.

A mis amigos y amigas de vida y de camino.

A mis compañeros de estudios por el cariño y la alegría.

A cada uno de los que me animaron para redactar y concluir este trabajo de grado.

María J. Marcano M

DEDICATORIA

A Dios, por ser mi guía y protector en todo momento de este camino tan maravilloso que fue haber estado en la mejor casa de estudios del mundo, la Universidad de Oriente, Núcleo Nueva Esparta.

Al amor incondicional de mis madres Edith Patiño y Elida Soto, quien han sido mi pilar fundamental y mi mejor ejemplo de enseñanza sobre cómo saber apreciar, aprender, perdonar, crecer y amar cada una de las cosas que te da y enseña la vida a lo largo del camino. A mis hermanos Eyllin, Carlos y Brenda, por animarme y estar conmigo siempre.

A mi sobrino Santiago Mariño, por hacerme muy feliz y sacarme una sonrisa en todo momento. Te amo mi bebe.

A quien ha sido parte de mi familia desde hace años y nos ha hecho muy felices, Roland Reuter, quien con su bondad y cultura diferente nos ha enseñado que aún se puede encontrar y confiar en que existen personas increíbles y buenas en este mundo.

A la escuela de Hotelería y Turismo E.H.T., a mis profesores y tutores por estar orientándome en cada situación, Soniuska Valerio, Cristina Marcano, Cruz Giménez, Guzmán León, Nelly Angulo, Natalia Bondarenko, Irma Vázquez, Fabio Fariña y Milagros Gil de Fariña. Siempre ocuparán un lugar especial en mi corazón.

Dedico este logro a mis queridos amigos y compañeros que se han convertidos en hermanos: Ignacio Suárez, María Marcano y Gleive Fonseca. Sin ustedes este camino no hubiese sido tan increíble y fantástico. Los amo amigos gracias enormemente.

Ariana Patiño Soto

DEDICATORIA

Primeramente a Dios padre y a mi Virgen del Valle, por permitirme la oportunidad de llegar a alcanzar este sueño tan anhelado.

A mi papá Elesban Rodríguez, a quien le agradezco eternamente ser la persona que soy hoy en día.

A mi mami Anna Marín, por darme la vida, por ser mi madre, mi vida. Simplemente por ser ella, quien vale oro.

A mis hermanos, Alexander, Elesban, a Carlos que a pesar de la distancia siempre ha estado presente en todo momento, Ana María, Anna Gabriela y Alexandra. Por ser mí apoyo durante todo este tiempo.

A mis sobrinos que adoro con el alma.

A toda mi familia, en especial a mis abuelos. Y a quien no me acompaña hoy físicamente, y me hará falta la foto. Mi abuela Rita.

A mis cuñadas, gracias!

A TODOS ¡gracias! Los Amo...

Alejandra del V. Rodríguez M

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios, a la Virgen Del Valle por siempre acompañarme en mi camino para alcanzar metas como esta.

Agradecida totalmente, con mis padres, hermanos, familiares y amigos por jamás dejar de creer en mí para lograr terminar este trabajo de grado.

También agradecida con la E.H.T por ser parte fundamental en mi formación académica y así llegar al final de esta carrera.

A los excelentes profesores que día a día durante mis estudios en esta casa aportaron enseñanzas y de las cuales me siento feliz de haber recibido por ellos y sus mentes brillantes.

A mis compañeras de trabajo de grado, Ariana Patiño y Alejandra Rodríguez ya que juntas cumplimos este objetivo propuesto.

María José Marcano Marín

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios, a mi Madre por ayudarme y apoyarme en cada decisión que he tomado durante mi camino de estudios.

A mis amigos, familiares y todos aquellos que me animaron, ayudaron y apoyaron a lo largo de este maravilloso camino.

Me siento muy agradecida y afortunada de haber tenido el privilegio de estudiar en la E.H.T. y haber contado con los mejores tutores y profesores del mundo, a cada uno de ellos, gracias.

A mis compañeras de trabajo de grado, María Marcano y Alejandra Rodríguez por cumplir juntas un logro más.

Ariana Patiño Soto

AGRADECIMIENTO

A Dios nuevamente, sobre todo por darme salud para llegar hasta aquí.

A mis compañeros que durante toda la carrera siempre estuvieron allí, gracias por su apoyo y por todos los momentos compartidos. Especialmente a mis compañeras de tesis Ariana Patiño y María Marcano.

A mis amigos de toda la vida, y los que me regalo la escuela de Hotelería y Turismo como dice mi Ignacio Suárez, a Lourdes Martínez por su motivación. A Ernesto Rodríguez, Angelith Rodríguez, Johana Oliveros, José Márquez, Katherine Mendoza, gracias por su apoyo y por ser mis amigos.

A la empresa Ecoflores, y a su pequeño pero significativo equipo de trabajo por brindarme el apoyo durante este tiempo, en especial a la Sra. Mariuly Lárez.

De igual manera, a la Universidad de Oriente, a mi escuela de Hotelería y Turismo. A todos los profesores que son parte de mi formación profesional. A las profesoras Soniuska Valerio, Cruz Jiménez y Cristina Marcano por su orientación durante los cursos especiales de grado. Al profesor Guzmán León por su apoyo para cursar los cursos especiales.

Alejandra del V. Rodríguez M

INDICE GENERAL

RESUMEN.....	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO.....	XI
INDICE GENERAL	XII
INDICE DE CUADROS	XVII
INDICE DE FIGURAS	XVIII
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I. ASPECTOS GENERALES DE LOS PREMIOS GRAMMY	
2016.....	3
1.1 Historia de los Premios Grammy.....	3
1.2 Categorías de los Grammy.	6
1.3 Premiación de los Grammy.....	9
1.3.1 Proceso de votación.	9
1.3.2 Proceso de inscripción.....	10
1.3.3 Proceso de revisión.	10
1.3.4 Proceso de nominación.	10
1.3.5 Comités especiales de nominación.	11
1.3.6 Votación final.	11
1.3.7 los Resultados	11
1.4 El trofeo Grammy.	11
1.5 Fabricación de los trofeos Grammy.	13
1.6 El espectáculo.	17
1.6.1 Salón de la Fama.....	17
1.6.2 Los Récords del Grammy.....	18
CAPÍTULO II. ASPETOS TEORICOS PARA LA GESTION DE	
EVENTOS.....	25
2.1 Eventos.....	25
2.2 Etapas del Evento	25
2.2.1 Pre-evento.....	25

2.2.2 Evento.....	26
2.2.3 Post-Evento	27
2.3 Clasificación de los eventos.	27
2.3.1 Clasificación de los eventos por su naturaleza.	28
2.3.2 Clasificación de los eventos por su grado de exclusividad.	28
2.3.3 Clasificación de los eventos de acuerdo a su alcance y magnitud.	28
2.4 Tipos de Eventos.	28
2.5 Ceremonial y protocolo en la gestión de eventos.	29
2.6 Principios y criterios universales de protocolo.	31
2.7 Elementos Protocolares.	38
2.7.1 El Auditorio.....	38
2.7.2 El Presídium.....	38
2.7.3 El Podio.....	38
2.7.4 La Mesa Auxiliar.	38
2.7.5 Los Planos Protocolares.....	39
2.7.6 El Programa.	39
2.7.7 Símbolos Patrios- Institucionales.	39
2.7.8 El Traje Académico.....	39
2.7.9 El Vocativo.	40
2.7.10 Los Salones VIP.	40
2.7.11 Los Distintivos.....	40
2.7.12 Identificadores Protocololares.	40
2.7.13 El Guion del Maestro de Ceremonia.	41
2.7.14 Utensilios de Apoyo Logístico y Ambientación.....	41
2.8 Etiqueta.....	42
2.8.1 Elementos de la etiqueta.	43
2.8.1.1 El Vestido.....	43
2.8.1.2 El Peinado	43
2.8.1.3 La Ornamentación	44

2.8.1.4 La Gestualidad	44
2.8.1.5 La Higiene y Salud	44
2.9 Espectáculos.	45
2.10 Comité Organizador.	45
2.11 Marketing.	46
2.12 Marketing de Eventos.	47
2.13 Marketing Cultural.	47
2.14 Marketing Interactivo.	48
2.15 La Comunicación.	48
2.16 Publicidad.	49
2.17 Relaciones Públicas.	49
2.18 Redes Sociales.	50
2.19 Imagen Corporativa.	50
2.20 Identidad Corporativa.	51
2.21 Signos, Símbolos y Señales.	52
2.22 Patrocinio.	52
2.23 Definición de Términos Básicos.	53
CAPITULO III. PLANIFICACION Y ORGANIZACIÓN DE LOS	
PREMIOS GRAMMY 2016.	56
3.1 Pasos de planificación y gestión en los premios Grammy.	56
3.1.1 Establecimiento del objetivo del evento.	56
3.1.2 Determinación del tipo y nombre del evento.	56
3.1.3 Escogencia de la fecha y hora del evento.	56
3.1.4 Establecimiento del número y tipo de asistentes.	57
3.1.5 Escogencia del lugar de realización.	57
3.1.6 Establecimiento del comité organizador.	58
3.1.6.1 Constitución del comité de alimentos y bebidas.	61
3.1.6.2 Selección del comité de logística.	63
3.1.6.3 Conformación de la comisión de seguridad de los votos.	70
3.1.6.4 Conformación del comité de seguridad del evento.	71

3.1.7	Detallar el programa de actividades.	72
3.1.8	Desarrollo del evento.	73
3.1.9	Cierre de la ceremonia.	81
3.1.10	Desmontaje del evento.	82
3.1.11	Presentación de la memoria y cuenta.	83
3.2	Principios y criterios universales de protocolo aplicados en los Premios Grammy 2016.	87
3.2.1	La Precedencia.	87
3.2.2	Del Invitado de Honor.	88
3.2.3	Representatividad.	88
3.2.4	El Dueño de casa.	89
3.2.5	Del comienzo y fin de la actividad.	90
3.2.6	Del Conductor del Acto (Maestro de Ceremonia-Moderador-Intérprete).	90
3.2.7	La Autonomía Corporativa.	91
3.2.8	La Puntualidad.	92
3.2.9	De las Invitaciones.	93
3.3	Elementos protocolares aplicados en los Premios Grammys 2016.	93
3.3.1	El podio.	93
3.3.2	Los planos protocolares.	94
3.3.3	El programa.	96
3.3.4	Símbolos patrios- institucionales.	98
3.3.5	El traje académico.	99
3.3.6	El Vocativo.	99
3.3.7	Los salones VIP.	99
3.3.8	Los distintivos.	100
3.3.9	El guion del maestro de ceremonia.	100
3.3.10	Utensilios de apoyo logístico y ambientación.	102
3.4	Elementos de la etiqueta aplicados en los Premios Grammy 2016.	103
3.4.1	El vestido.	103

3.4.2 Peinado.....	109
3.4.3 Ornamentación.....	111
3.5 Gestión de marketing utilizado en los Premios Grammy 2016.....	114
3.5.1 Marketing cultural en “Los Grammy”.....	114
3.5.2 Marketing interactivo.....	114
3.5.3 Publicidad.....	116
3.5.4 Patrocinadores.....	118
3.5.5 Identidad e imagen corporativa (Signos, símbolos y señales).....	120
CONCLUSIONES.....	125
REFERENCIAS.....	127

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Principios y Criterios Protocolares Universales.	31
Cuadro 2. Hora de presentación del evento.	57
Cuadro 3. Miembros de la Academia Nacional de Artes y Ciencias de la Grabación.	60
Cuadro 4. Aplicación del marketing cultural en los premios Grammy.	122
Cuadro 5. Aplicación del marketing interactivo en los premios Grammy. ...	123
Cuadro 6. Aplicación de la publicidad en los premios Grammy.	124

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Partes del Gramófono.	12
Figura 2: John Billings en su taller “Billings Artworks”	14
Figura 3. Premio Grammy antes de grabar por láser la placa con el nombre.	15
Figura 4. Premio Grammy listo para la entrega.	16
Figura 5. Salón de la Fama de los Grammy.	18
Figura 6.Sir Georg Solti .Mejor Director de Orquesta en los Premios Grammy 2016.....	18
Figura 7: U2 en el Backstage de los Grammys 2005.	19
Figura 8: Pat Metheny y el Pat Metheny Group.	19
Figura 9: Stevie Wonder durante los Grammys del 2015.	20
20	
Figura 10: Alison Krauss ganadora de mejor álbum Bluegrass en la ceremonia del 2012.....	20
Figura 11: Christopher Cross ganador de Mejor Canción del Año en los Grammy de 1981.....	21
Figura 12: Béla Fleck y Abigail Washburn ganadores de Mejor Álbum Folk en los Grammy del 2016.	22
Figura 13: LeAnn Rimes premiada por Mejor Artista Nuevo y Mejor Interpretación Vocal Femenina en los Grammys de 1997.	22
Figura 14: Carlos Santana junto a Rob Thomas y Clive davis en los Grammys del 2000.....	23
Figura 15: Quincy Jones con sus 27 premios Grammys.	24
Figura 16: Pinetop Perkins en la Alfombra Roja de los Grammys del 2016.....	24
Figura 17: Ubicación del Staples Center.....	58
Figura 18: Algunos miembros de la Academia Nacional de Artes y Ciencias de La Grabación.....	59

Figura 19: El chef Joseph Martin mostrando sus creaciones en los Grammy 2016.....	61
Figura 20: Exhibición de los alimentos ofrecidos en la ceremonia de los Grammy 2016.....	62
Figura 21: Exhibición de las bebidas ofrecidas en la ceremonia de los Grammy 2016.....	63
Figura 22: La coordinadora de la alfombra roja de los Grammy Sara Labb, en la alfombra roja frente al Staples Center.	64
Figura 23: El asistente de producción Spencer Knox en los premios Grammy 2016.....	64
Figura 24: Adrián Díaz, director de la venta de entradas para los premios Grammy.....	65
Figura 25: La productora de talento para los Grammy Awards Chantel Sausedo con los miembros de su equipo dentro del Staples Center.....	66
Figura 26: La coordinadora del vestuario Jasmine McAtee en uno de los camerinos de los premios Grammy 2016.	67
Figura 27: Miembros del equipo técnico de los Grammy.....	67
Figura 28: Jon Zucino encargado de la fibra óptica en los premios Grammy 2016.....	68
Figura 29: Equipo de verificación de engranajes en los Grammy 2016.....	69
Figura 30: Johnny Lord, supervisor musical de los premios Grammy 2016.....	69
Figura 31: Presentadoras de trofeos para los premios Grammy 2016.....	70
Figura 32: Logo de la firma privada de auditores de los votos de los Grammy.....	71
Figura 33: Logo de la empresa American Security Force encargada de brindar seguridad en los Grammy.....	71

Figura 34: Pharrell Williams y Clive Davis, fundador de la compañía Arista Records y miembro del Salón de la Fama del Rock Clive, durante el Pre-Grammy.	72
Figura 35: Taylor Swift en los Grammy 2016.....	73
Figura 36: El presentador de los Grammy 2016 dando el discurso de bienvenida al evento.	74
Figura 37: Stevie Wonder y Pentatonix rindiendo tributo a Mauricio White durante los Grammy 2016.	75
Figura 38: Miguel en homenaje al Rey de Pop Michael Jackson durante los Grammy 2016.....	76
Figura 39: Meghan Trainor recibiendo el premio a Mejor Artista Nuevo durante los Grammy 2016.....	77
Figura 40: Lady Gaga rindiendo tributo a David Bowie durante los Grammy 2016.....	78
Figura 41: Taylor Swift recibiendo el premio a Mejor Álbum del Año en los Grammy 2016.....	79
Figura 42: Beyoncé entregando el premio a Grabación Del Año, ganado por Mark Robson en colaboración con Bruno Mars, por “Uptown Funk”.....	80
Figura 43: Cierre de ceremonia con la canción “El Taxi” por Pitbull.....	81
Figura 44: Parte del Menú elaborado por el Chef Joseph Martin y su equipo de trabajo en los Grammy 2016.....	82
Figura 45: Desmontaje de la alfombra roja de los Grammy 2016.	83
Figura 46: Pasos del Pre-Evento.	84
Figura 47: Pasos del Evento.	85
Figura 48: Pasos del Post-Evento.....	86
Figura 49: Asientos asignados para los artistas con fotos en los Grammy 2016.....	87
Figura 50: Lionel Richie homenajeado de la noche de los Grammy 2016.....	88

Figura 51: Vista central de la ceremonia de los Grammy 2016 en el Staples Center.....	89
Figura 52: Neil Portnow, actual presidente de la Academia Nacional de Artes y Ciencias de la Grabación.....	89
Figura 53: El presentador de la ceremonia Grammy 2016 LL Cool J.	90
Figura 54: Chris Stapleton, Gary Clark Jr. y Bonnie Raitt en tributo a la leyenda del blues B.B. King en los Grammy 2016.	91
Figura 55: Meghan Trainor en la Alfombra Roja de los Grammy 2016.	92
Figura 56: Invitación de los premios Grammy 2016.	93
Figura 57: Beyonce durante los Grammy 2016.	94
Figura 58: Plano protocolar del Staples Center aplicado a los Grammy 2016.....	96
Figura 59: Símbolo Institucional de The Recording Academy para la ceremonia 2016.....	98
Figura 60: Símbolos institucionales de la Academia Nacional de Artes y Ciencias de la Grabación durante la ceremonia del 2016.....	98
Figura 61: Neil Portnow, Ken Ehrlich y Lady Gaga durante la ceremonia de los Grammy del 2015.....	100
Figura 62: Meghan Trainor en la Alfombra Roja de los Grammy 2016 con un vestido negro del diseñador Michael Costello.	104
Figura 63: Ana Kendrick en la Alfombra Roja de los Grammys 2016 vistiendo un vestido negro de Emanuel Ungaro.	104
Figura 64: Demi Lovato en la Alfombra Roja de los Grammy 2016 vistiendo un Blazer y Falda Negra de la diseñadora Norisol Ferrari.	105
Figura 65: Adele en la Alfombra Roja de los Grammys 2016 con un vestido de Givenchy.....	105
Figura 66: Selena Gómez en la Alfombra Roja con un elegante vestido de Calvin Klein.	106

Figura 67: Lady Gaga con un extravagante traje del diseñador famoso Marc Jacobs.	106
Figura 68: Justin Bieber con una camisa y pantalones negros en la Alfombra Roja.....	107
Figura 69: Vestimenta semi-formal de Wiz Khalifa con traje de Thom Browne y zapatos blancos de Converse.	107
Figura 70: LL Cool J con un Traje de Armani de color negro y azul oscuro durante la Alfombra Roja.	108
Figura 71: El cantante Sam Hunt con traje color rosa Dolce & Gabbana. ..	108
Figura 72: Tori Kelly, con un peinado de moño y cabello suelto, y Skylar Grey con un moño clásico.....	109
Figura 73: Carrie Underwood y Taylor Swift de peinado formal y sencillo con cabello corto en la premiación de los Grammy 2016.....	109
Figura 74: Bonnie Mckee con el cabello color rosa en los Grammy 2016.....	110
Figura 75: The Weeknd con cabellera original durante los Grammy 2016.....	110
Figura 76: Sam Smith con cabello corto en los Grammy 2016.	110
Figura 77: Brian Welch con estilo de peinado Rasta en la ceremonia de los Grammy, 2016.....	111
Figura 78: Wiz Khalifa en la Alfombra Roja de los Grammy 2016.....	111
Figura 79: Anoushka Shankar en la Alfombra Roja de los Grammys 2016.....	112
Figura 80: Taylor Swift con joyas de Lorraine Schwartz.	112
Figura 81: Lady Gaga con joyas de Lorraine Schwartz.	112
Figura 82: Ellie Goulding con joyería de Bulgari en los Grammy 2016.	113
Figura 83: Carrie Underwood con collar de diamantes diseñado por Johnathon Arndt en los Grammy 2016.	113

Figura 84: Selena Gómez con argollas de diamantes diseñadas por Norman Silverman en los Grammy 2016.....	113
Figura 85: Taylor Swift junto a George Clinton y Pharrell Williams durante la ceremonia.	115
Figura 86: Poster oficial de los Grammy 2016.	116
Figura 87: Publicidad de los Grammy Awards 2016.....	117
Figura 88: Publicidad de los Grammy Awards 2016.....	117
Figura 89: Recording Academy anunciando la presentación de Lionel Ritchie como persona del año en los Grammy 2016.....	117
Figura 90: Recording Academy anunciando la presentación de John Legend en los Grammy 2016.....	118
Figura 91: Recording Academy anunciando la presentación de Demi Lovato en los Grammy 2016.....	118
Figura 92: La marca Hilton Hoteles como patrocinador oficial de hoteles para la entrega de los Grammy.	119
Figura 93: MasterCard como patrocinantes oficial de la alfombra roja de los Grammy 2016.....	119
Figura 94: Símbolo Corporativo de The Recording Academy para los Grammy 2016.....	120
Figura 95: Imagen representativa de la ceremonia de los Grammy 2016.....	121
Figura 96: Invitación por parte de la Academia para la entrega de los premios Grammys 2016.....	121

INTRODUCCIÓN

La Academia Nacional de Artes y Ciencias de la Grabación fue creada en 1957 con el propósito de dar reconocimiento a los logros discográficos de los artistas y colaboradores que se desenvuelven en la industria de la música. La Academia, sus miembros y colaboradores realizan un estudio exhaustivo y determinan que el trabajo de los artistas son lo suficientemente merecedores de un reconocimiento. Este reconocimiento viene representado por un premio Grammy, la cual es un galardón que se le entrega a un artista por la excelencia musical de su trabajo. El nombre de la distinción proviene de un fonógrafo antiguo, el gramófono, que es la figura en oro montada en el trofeo.

El evento GRAMMY se realiza anualmente en el Staples Center de los Angeles, Estados Unidos, recinto y casa de los equipos de la asociación nacional de baloncesto (NBA), los Lakers y Clippers. Ha sido sede de los Premios Grammy desde hace 13 años. La premiación reúne a miles de profesionales técnicos y creativos de la industria de la música de todo el mundo.

Actualmente, la academia cuenta con más de 22.000 miembros expertos en la música y con su propio comité organizador del evento anual, que se encarga que el evento se rija por la normas de criterio universal de protocolo, normas de etiqueta y marketing aplicados en los eventos.

Con base en lo anterior, este trabajo tiene como propósito abordar todo el proceso de planificación y organización que implica la gestión de este magno evento, así como también precisar criterios y elementos protocolares que se toman en cuenta para normar el modus operandi de la ceremonia de premiación y su difusión a nivel de marketing de eventos.

Para esto fue necesario el concebir tres capítulos desagregados de la siguiente forma:

Capítulo I: Aspectos generales de los Premios Grammy 2016, donde se describe todo lo alusivo a la historia, su categorización y procesos de premiación.

Capítulo II: Aspectos teóricos para la gestión de eventos, que trata las etapas de un evento como tal, los criterios y elementos protocolares y la gestión de marketing de eventos.

Capítulo III: Planificación y organización de los Premios Grammy 2016, que describe todo el proceso de planificación y organización de la ceremonia de entrega de estos premios, así como el tratamiento que se les da desde la gestión de marketing de eventos, además de precisarse aspectos puntuales de sus criterios y elementos protocolares, para finalmente presentarse las conclusiones y recomendaciones.

Abordar estos capítulos ameritó el diseño de una investigación documental presentada bajo una estructura monográfica, que implicó la depuración o filtro de distintas fuentes oficiales e institucionales, así como la selección rigurosa de medios audiovisuales que dan testimonio de este evento, por lo que el aporte académico de esta investigación se expresa en el orden y secuencia dado en el tratamiento de las fuentes, al tiempo de contribuir a fortalecer los fundamentos teórico-prácticos de la gestión de eventos masivos, de alto prestigio, de carácter empresarial y de cobertura televisiva.

CAPITULO I. Aspectos Generales de los Premios Grammy 2016.

1.1 Historia de los Premios Grammy

No cabe duda que la música mueve grandes masas y que hoy en día se ha vuelto un factor de disfrute imprescindible para las personas. Desde que nace el ser humano se encuentra inmerso en los diferentes estilos de música y culturas. Desde el año 1957, surge la necesidad de dar reconocimiento a quienes realizan importantes aportes en la música, y posteriormente el premio para reconocer los logros musicales más resaltantes de cada año o de tiempos pasados. En el año 1957, se crea la Academia Nacional de Artes y Ciencias de la Grabación (National Academy of Recording Arts and Sciences, NARAS) con la finalidad de otorgar Premios a la Excelencia en Logros Discográficos.

La distinción es entregada como una manera de premiar la excelencia en las Artes y Ciencias. Cabe mencionar que, el premio es otorgado por méritos artísticos y técnicos, no por ventas ni posición en el mercado musical.

La presentación anual de los GRAMMY reúne a miles de profesionales técnicos y creativos de la industria de la música de todo el mundo”. (Aguilar, 2015). La academia fue creada en 1957 y al año siguiente presentó los primeros Grammy. El nombre de la distinción proviene de un fonógrafo antiguo, el gramófono, que es la figura en oro montada en el trofeo.

La primera entrega de premios se celebró el 4 de mayo de 1959 para honrar los logros de los artistas del ámbito musical norteamericano del año anterior. Para Epilog Laser. (2015), los trofeos de los Grammy representan un gramófono y son fabricados por Billings Artworks en Ridgway, Colorado, en Estados Unidos. “Las estatuillas que se entregan frente a las cámaras son dobles”, debido a que las verdaderas requieren de más tiempo para su

elaboración y deben ser marcados con los nombres de los ganadores para ser entregados días después.

La celebración del Grammy data de una serie de especiales anuales que se hacían en la década de los años 60, llamados The Best Record, y que se transmitían por la National Broadcasting Company (NBC). Para 1973 Columbia Broadcasting System (CBS) compró los derechos luego de mover la ceremonia a Tennessee y ese suceso dio pie a que la primera transmisión televisiva de los Grammy se llevara a cabo en la cadena American Broadcasting Company (ABC). Como resultado, la ABC creó sus premios American Music Awards (AMAs) y los Grammys se convertirían en los premios más prestigiosos de la industria musical.

Los Premios de Logro Perpetuo y Grammy Técnico son algunos de los galardones que la Academia de Grabaciones hace entrega además de premiar otras importantes contribuciones en lo que a la música se refiere y como parte de las 78 categorías que conforman este evento musical.

Para que un artista pueda obtener un Grammy, los miembros de la Academia de grabación realizan un estudio exhaustivo y determinan que el trabajo de los artistas sea lo suficientemente merecedor de un reconocimiento. Dentro de la industria musical ganarse un Grammy es todo un honor para el artista; y esto no se logra por el que mayor posición tenga en el mercado, ni por las ventas, reputación, seguidores, entre otros, sino por los méritos artísticos y técnicos que presente un proyecto discográfico.

Los Grammy son uno de los cuatro shows anuales de premios musicales que se celebran en Estados Unidos, los otros son los Billboard, los American Music, y el Rock and Roll Hall of Fame Induction Ceremony.

En el año 2004 el Staples Center pasa a ser el lugar permanente del evento anual de los Grammy Awards, donde posteriormente, en las

cercanías de tal recinto se construye el museo que rinde tributo a los más grandes logros alcanzados por los artistas que han formado parte de tal acontecimiento a través de los años.

Como es de esperarse, en cada evento relacionado con artistas, siempre existen los hechos más resaltantes que hacen polémico dicho acontecimiento, tal como es el caso de los Grammy Awards, una vez que trascurren se reflejan las anécdotas en todos los medios de comunicación, las redes sociales y páginas web del momento.

El periódico virtual El Mundo de Economía y Negocios, (2016) menciona a grandes del rock como Queen, Depeche Mode y Led Zeppelin de nunca haberse ganado un Grammy y junto a ellos el “rey del rock”, no obstante, Los Beatles fue la primera banda en tener un álbum nominado en la categoría álbum del año. También resalta a Pat Metheny y su Pat Metheny Group, quienes ganaron 20 Grammy Awards en total, incluyendo 7 premios consecutivos por 7 discos consecutivos. Por otra parte, los discos "Supernatural", de Santana y "How to Dismantle an Atomic Bomb", de U2, mantienen el récord de los álbumes con más galardones, 9 cada uno, y Quincy Jones, con 27 premios, tiene el récord de la mayoría de los premios Grammy ganados por un productor. Así también, se encuentra Stevie Wonder como ganador de más premios Grammy, 28 en total, sumados al Premio Grammy a la Carrera Artística.

Desde 1968 hasta 1975, Aretha Franklin tiene el récord de haber ganado más Grammy consecutivos en la misma categoría, haciéndose merecedora del premio a mejor artista femenina “rhythm and blues” (R&B).

Para el año 1984, Michael Jackson tiene el récord del artista masculino en ganar más Grammy en una misma noche: 8 por su álbum "Thriller".

En 1989, Milli Vanilli fue la primera banda a la que se le retiró un Grammy por no haber cantado originalmente en su propio álbum. Para este mismo año, la banda JethroTull ganó el Grammy por su álbum "Crest of a Knave" en la categoría de mejor performance de Hard Rock/Metal, derrotando a Metallica; este premio trajo muchas controversias ya que no se considera a JethroTull como una banda de hard rock y mucho menos de heavy metal.

En 1991, Sinead O'Connor se convirtió en el primer artista en rechazar un Grammy, boicoteando la ceremonia después de haber sido nominado para grabación del año, mejor interpretación vocal Pop femenina y mejor desempeño alternativo musical.

Más adelante, en 1996, cuando Pearl Jam ganó el Grammy a mejor interpretación de Hard Rock, su cantante Eddie Vedder comentó: "No sé lo que esto significa, no creo que signifique nada", lo que trajo muchas críticas por parte de sus colegas en ese momento.

En el galardón de 1997, Le Ann Rimes se convierte en ser la persona más joven en ganar un Grammy, con tan solo 14 años ganó sus dos primeros premios; de igual forma fue la primera artista de género Country en ganar el Grammy a mejor nuevo artista. Por su parte, actualmente la cantante Taylor Swift es el artista más joven en ganar el álbum del año. Tenía 20 años cuando lo ganó en 2010. (El Mundo de Economía y Negocios, 2016).

1.2 Categorías de los Grammy.

The Recording Academy, (2016), refiere que hoy en día existen 83 categorías de los premios Grammy. Las más populares son: grabación del año, álbum del año, canción del año y mejor artista nuevo. Pero, hay categorías que representan todo tipo de gusto musical, por ejemplo: la música rap, latina, rock, jazz y góspel, entre otras. De acuerdo a la Academia

Nacional de Artes y Ciencias de la Grabación, se presentan las siguientes categorías para que un artista dentro de los géneros establecidos pueda optar por un galardón. A continuación las categorías de los premios Grammy:

1. Grabación del año.
2. Álbum del año.
3. Canción del año.
4. Mejor nuevo artista.
5. Mejor desempeño pop solo.
6. Mejor desempeño pop dúo / grupo.
7. El mejor álbum pop vocal tradicional.
8. El mejor álbum pop vocal.
9. Mejor grabación de danza.
10. Mejor danza / álbum electrónico.
11. Mejor álbum contemporáneo instrumental.
12. Mejor rendimiento rock.
13. Mejor rendimiento metálico.
14. Mejor canción de rock.
15. Mejor álbum de rock.
16. Mejor álbum de música alternativa.
17. Mejor rendimiento r & b.
18. Mejor rendimiento tradicional de r & b.
19. Mejor canción r & b.
20. Mejor álbum contemporáneo urbano.
21. Mejor álbum de r & b.
22. Mejor performance de rap.
23. Mejor colaboración de rap.
24. Mejor canción rap.
25. Mejor álbum de rap.
26. Mejor desempeño solo del país.
27. Mejor country dúo / performance del grupo.
28. Mejor canción del país.
29. Mejor álbum de país.
30. Mejor álbum de nueva edad.
31. El mejor solo de jazz improvisado.
32. El mejor álbum de jazz vocal.
33. Mejor álbum de instrumentos de jazz.
34. El mejor álbum ensamble de jazz.

35. El mejor álbum latino de jazz.
36. Mejor performance / canción del evangelio.
37. Mejor performance / canción de la música cristiana contemporánea.
38. El mejor álbum del evangelio.
39. Mejor álbum de la música cristiana contemporánea.
40. Mejor álbum de evangelio de raíces.
41. El mejor álbum latín pop.
42. Mejor latín rock, urbano o álbum alternativo.
43. Mejor álbum a la música regional mexicana (incluyendo el tejano).
44. Mejor album tropical Latino.
45. Mejor rendimiento americano de raíces.
46. Mejor canción americana de raíces.
47. Álbum de la mejor Americana.
48. Mejor album de bluegrass.
49. Mejor álbum de blues.
50. Mejor album folk.
51. Mejor álbum regional de música de raíces.
52. Mejor álbum de reggae.
53. Mejor álbum mundial de música.
54. Mejor álbum infantil.
55. Ángel de la palabra más recomendada (incluye poesía, libros de audio e historia).
56. Mejor álbum de comedia.
57. Mejor álbum de teatro musical.
58. Banda sonora de mejor compilación para medios visuales.
59. Banda sonora mejor puntuación para medios visuales.
60. Mejor canción escrita para medios visuales.
61. Mejor composición instrumental.
62. Mejor arreglo, instrumental o cappella.
63. Mejor arreglo, instrumentos y vocales.
64. Mejor paquete de grabación.
65. Mejor embalaje o especial edición limitada.
66. Notas del mejor álbum.
67. El mejor álbum histórico.
68. Mejor álbum ingeniero, no clásico.
69. Productor del año, no clásico.
70. Mejor registro remixado, no clásico.
71. Mejor álbum de sonido surround.
72. El mejor álbum ingeniero, clásico.

73. Productora del año, clásica.
74. Mejor rendimiento orquestal.
75. Mejor grabación opera.
76. Mejor rendimiento coral.
77. Mejor música de la cámara / pequeño desempeño de ensamble.
78. Mejor instrumento clásico solo.
79. Mejor álbum de solo vocal clásico.
80. Mejor compendio clásico.
81. Mejor composición clásica contemporánea.
82. Mejor vídeo de música.
83. Mejor película de música.

1.3 Premiación de los Grammy.

Comienza con la postulación de artistas por parte de las compañías discográficas, y una preselección independiente efectuada por miembros de la academia. The Recording Academy (2016), señala que, a partir de este primer listado de obras, los miembros de la academia establecen la lista de nominados, cinco en cada una de las 105 categorías. En resumen, los votantes, todos familiarizados con los procesos técnicos y creativos de los procesos de grabación, participan en: (1) el proceso de nominación que determina los cinco finalistas de cada categoría (2) en el proceso del voto final que determina los ganadores de los Grammy. La fecha límite para ser candidato a los Grammys es el 1 de octubre. Por esta razón, los artistas estratégicamente se apresuran en publicar sus álbumes antes de esta fecha para poder tener mayores opciones a ganar.

1.3.1 Proceso de votación.

Este proceso comienza con los miembros de la academia de grabación y las compañías discográficas que presenten solicitudes, los cuales son luego revisados para confirmar su elegibilidad y ubicarlos en las categorías apropiadas. The Recording Academy (2016) describe que los miembros votantes de la academia, todos involucrados en los procesos creativos y técnicos de grabación, participan entonces en primera instancia

en el proceso de nominación que determina las cinco finalistas en cada categoría; y en segundo lugar, en el proceso de votación final que determina los ganadores del Grammy.

1.3.2 Proceso de inscripción.

Los miembros de la academia de grabación y las compañías discográficas inscriben grabaciones y videos lanzados en el año de elegibilidad que ellos consideran merecedores del reconocimiento de un GRAMMY. (The Recording Academy, 2016).

1.3.3 Proceso de revisión.

Se lleva a cabo un análisis de las sesiones por más de 350 expertos en diversos campos, The Recording Academy, (2016), indica que, esto tiene como fin asegurar que las grabaciones inscritas cumplen con las condiciones especificadas y han sido ubicadas en las categorías apropiadas, tales como rock, r&b, jazz, country, gospel, nueva era, rap, clásica y américa, entre otros. El propósito de las proyecciones no es hacer juicios artísticos o técnicos acerca de las grabaciones, sino más bien para asegurarse de que cada grabación inscrita es elegible y está en su categoría apropiada.

1.3.4 Proceso de nominación.

Los candidatos seleccionados para el proceso de nominación son seleccionados por personas capacitadas, este proceso consta de una planilla que forma parte de la primera ronda de votación, y es enviada a los miembros votantes que están al día con su membresía.

The Recording Academy (2016), menciona que para certificar la calidad de cada voto, la academia latina pide a sus miembros que voten sólo en los campos y las categorías en las cuales son expertos. Los miembros pueden votar hasta en nueve de los 17 campos y, además, en las cuatro categorías generales (grabación del año, álbum del año, canción del año y

mejor nuevo artista). Los votos son luego tabulados por la firma de auditoría independiente Deloitte.

1.3.5 Comités especiales de nominación.

Las nominaciones finales son determinadas por los comités de evaluación nacional de nominación, compuestos por miembros con derecho a voto de todas las ciudades de la academia, es decir, que solo las personas calificadas son las encargadas para las nominaciones finales. The Recording Academy, (2016), resalta que, las personas que integran el comité son altamente capacitadas para efectuar la selección final de cada nominado.

1.3.6 Votación final.

Para la votación final, se envía la planilla de nominados a los miembros votantes que están al día con su membresía. The Recording Academy, (2016), expone que, los finalistas son determinados por los comités especiales de nominación que también se incluyen en esta votación. También, indican que en esta ronda final, los miembros de la Academia de Grabación pueden votar en hasta 15 categorías en los campos de género, además de las cuatro categorías de Campo General (Grabación del Año, Álbum del Año, Canción del Año y Mejor Artista Nuevo). Las papeletas de nuevo son tabuladas por la firma independiente de contabilidad Deloitte.

1.3.7 los Resultados

Los resultados de la votación de los miembros no se conocen hasta el acto de entrega de los premios GRAMMY cuando los nombres de los ganadores se entregan por Deloitte en sobres cerrados. Los ganadores del premio GRAMMY se revelan durante la transmisión de la gala. (The Recording Academy ,2016).

1.4 El trofeo Grammy.

Originariamente, estos galardones recibieron el nombre de Gramophone Awards debido a que el premio que se entrega al artista

nominado es un gramófono sobre una base, que al principio era de madera de nogal. La ceremonia de entrega de los GRAMMY AWARDS está considerada como la entrega de premios más importante de la industria musical que se le concede a un artista y es equivalente a la entrega de los Oscars.

El galardón que simboliza un viejo gramófono de principios de siglo XX está hecho a mano, de manera artesanal. De la fabricación del trofeo Grammy se encarga la empresa Billings Artworks propiedad de John Billings que tiene su fábrica en la ciudad de Ridgway, en el estado de Colorado.

The Recording Academy, (2016), refiere que el trofeo Grammy se compone de cuatro elementos: la base, la cabina, el brazo que sujeta la aguja y la campana o altavoz que está realizada en acero. Para la construcción del nuevo trofeo Grammy fue básico la fabricación del molde a partir del cual saldrán todos los trofeos. La fabricación de este molde fue muy laboriosa, tanto desde el punto de vista de la construcción, como desde el punto de vista del tiempo invertido en su fabricación. El molde es obra de Bob Graves. (Figura 1).



Figura 1: Partes del Gramófono.

Nota: Peña (2015).

The Recording Academy, (2016), explica que el primer paso a dar para fabricar el nuevo Grammy fue realizar un diseño del trofeo en escayola para a partir del mismo y una vez fabricado el molde, que se realizó en bronce en la fundición Pacific Brass Foundry en Los Angeles, comenzar a la fundición de los nuevos trofeos Grammy que han sido entregados en la última edición de los referidos premios.

1.5 Fabricación de los trofeos Grammy.

Los Premios Grammy, establecidos en 1958, son uno de los más grandes honores en la industria de la música. John Billings, propietario de Billings Artwork, tiene una profunda conexión con el premio, puesto que lleva más de 30 años fabricándolo.

Billings (2016), describe que comenzó a trabajar en los premios Grammy en 1976 en California, como un aprendiz de Bob Graves, quien era un maestro fabricante de moldes. Según Billings,(2016), Bob elaboraba moldes para figuras de trofeos de metal para muchas de las empresas de trofeos de ese entonces y también elaboró los moldes para la primera entrega de los Premios Grammy en 1958. Billings (2016), explica que, después de siete años de aprendizaje, Bob falleció y él compró el negocio a su viuda y lo trasladó a su garaje. En ese momento, fabricaba alrededor de 130 premios Grammy al año y la mayor parte de su trabajo tenía que ver con la elaboración de moldes.

Aunque el premio Grammy como tal se crea a partir de un molde, el texto en las placas de nombre y los números de serie se graban. Billings (2016), menciona que, comenzó a grabar las placas de los premios Grammy en un Pantógrafo New Hermes antiguo. The Recording Academy, (2016), señala que, la máquina tenía una bandeja de letras de latón que el operador debía deslizar, una a la vez, en una ranura, luego, encajarlas en su lugar.

Las letras se trazaban con una aguja en una mano, mientras que con la otra, se sujetaba una herramienta de grabado por arrastre que transfería las letras a una placa de latón. El proceso era largo y tedioso, y Billings (2016), recuerda que no era inusual dedicar hasta tres horas a grabar solo un Grammy.

Dada la necesidad de utilizar otras herramientas para grabar los galardones, Billings asistió a su primera exhibición de la Awards & Recognition Association en Las Vegas en 1986. Allí adquirió el Dahlgren Wizzard, para utilizarlo durante los últimos 25 años. Si bien el equipo Dahlgren redujo considerablemente el tiempo de grabado, según Billings (2016), el tamaño de los proyectos que podía realizar se veía limitado por el tamaño pequeño de la mesa y determinó que el modelo Hélix de Epilog era el que mejor satisfacía sus necesidades de grabado. Después de su primer trabajo, estaba ansioso por experimentar con más proyectos. "Incluso antes de que Sean, un representante de Innovative Cutting Systems, acudiera a nuestra capacitación in situ, había experimentado con todo tipo de materiales en el taller y siempre se me ocurrían nuevas ideas y aplicaciones". Billings, (2016). (Figura 2)



Figura 2: John Billings en su taller "Billings Artworks".

Nota: Billboard (2017).

La creación de cada premio Grammy desde cero es un proceso demoroso; sin embargo, el sistema Epilog de Billings reduce el tiempo de grabado en varios de los componentes. Billings, (2016), describe que Sean ayudó a crear un plantilla que le permitiera grabar 40 placas de Grammy de una vez. Además, cada Grammy debe llevar su propio número de serie; antes, se graba una pequeña placa de latón que luego se pega en la parte inferior. Con el sistema Epilog, John corta una plantilla de Plexiglás y desliza la base del premio en el láser para grabar el número de serie y el logotipo, lo que no demora más de 20 segundos. La empresa actualmente elabora cerca de 700 premios Grammy al año y John estima que para producir cada Trofeo, se tarda entre 15 y 20 horas.

Billings también creó los 48 "Grammys" que se reutilizan para las ceremonias en vivo. Si bien dedica a los Grammy la mayor parte de su tiempo, en ocasiones realiza trabajos de grabado y elaboración de moldes diferentes para otras organizaciones como The Annie Award y The John Wooden Award. (Figura 3).



Figura 3. Premio Grammy antes de grabar por láser la placa con el nombre.

Nota: Epilog Laser (2017).

Billings, como veterano en la industria de trofeos y galardones, es capaz de combinar técnicas de elaboración de galardones tradicionales con tecnologías modernas que le permiten ahorrar la mayor cantidad de tiempo y costos. John cuenta que es poco común ver figuras de metal en estos días y ahora, los moldes se están elaborando a máquina en lugar de a mano.

Cuando el Taller elabora un molde, algunas de las herramientas que se usan tienen más de 100 años de existencia y fueron heredadas de maestro a aprendiz. Gracias al sistema Epilog, John cuenta con un nuevo conjunto de herramientas que, con su creatividad y habilidades, lo ayudan a lograr un enorme progreso, en comparación con su modesto comienzo. (Figura 4).



Figura 4. Premio Grammy listo para la entrega.

Nota: Epilog Laser (2017).

1.6 El espectáculo.

Desde su comienzo, los premios Grammy se han convertido no solo en un evento gigantesco para la música, sino en un espectáculo de grandes proporciones para el mundo entero. Cadenas de televisión compiten con fuerza por los derechos televisivos de este gran evento, periodistas de espectáculos hacen reportajes centrados en la vestimenta de los artistas, y difunden los clásicos rumores que surgen en torno a la premiación. Además de la entrega de los premios, hay interpretaciones de varios grupos musicales que se convierten en propios espectáculos.

The Recording Academy, (2016), describe que los presentadores de los premios son, muchas veces, figuras conocidas del mundo del entretenimiento. Con frecuencia, otros cantantes y actores se juntan para presentar primero a los nominados y después al ganador. En esta presentación hay quienes incluyen chistes, comparten anécdotas cómicas, o simplemente presentan formalmente el premio.

1.6.1 Salón de la Fama.

El Salón de la Fama de los premios Grammy fue establecido en 1973 para honrar grabaciones que han durado en popularidad, o por significancia histórica, y que hayan sido publicadas hace más de 25 años. Al respecto The Recording Academy, (2016), indica que los ganadores son seleccionados cada año por un comité especial de 100 profesionales eminentes con conocimiento del arte de grabación.

Hasta el momento han sido introducidos 450 discos al salón, entre los nombres de artistas, destacan, Edith Piaff, Enrico Caruso, Led Zeppelin, James Brown, Little Richard, Fred Astaire, Billie Holiday, John Coltrane, Louis Armstrong, Charlie Parker, y Roy Orbison, entre tantos otros. (Figura 5).



Figura 5. Salón de la Fama de los Grammy.

Nota: SAWYER AGENCY (2016).

1.6.2 Los Récords del Grammy.

-Más Grammys ganados en vida.

El récord lo mantiene Sir Georg Solti, un director de orquesta británico-húngaro que condujo la Orquesta Sinfónica de Chicago por 22 años. Él personalmente ganó 31 Grammys y obtuvo en total 38 premios (6 fueron como ingeniero y 1 como solista); fue nominado otras 74 veces antes de su muerte en 1997. (Figura 6).



Figura 6. Sir Georg Solti .Mejor Director de Orquesta en los Premios Grammy 2016

Nota: Greyonium Information Technologies Pvt. Ltd. (2017).

-Más Grammy ganados por una banda.

A la fecha, U2 ha ganado más de estos premios que cualquier otra banda, haciendo un total de 22. Han ganado el Premio Grammy por Grupo o Dúo Rock siete veces, Álbum del Año dos veces, Grabación del Año dos veces, Canción del Año dos veces y Mejor Álbum Rock dos veces. (Figura 7).



Figura 7: U2 en el Backstage de los Grammys 2005.

Nota: Greynium Information Technologies Pvt. Ltd. (2017).

-Más premios ganados por álbumes consecutivos.

Pat Metheny y el Pat Metheny Group han ganado 17 Grammys en total, incluyendo siete premios consecutivos por siete álbumes seguidos. (Figura 8).



Figura 8: Pat Metheny y el Pat Metheny Group.

Nota: Greynium Information Technologies Pvt. Ltd. (2017)

-Más galardones ganados por solista masculino.

Stevie Wonder, como solista, ha ganado 25 Grammys. (Figura 9).



Figura 9: Stevie Wonder durante los Grammys del 2015.

Nota: The Recording Academy (2017).

-Más premios por solista femenino.

Alison Krauss, como solista, colaboradora, productora y con Union Station, ha ganado 20 Grammys. (Figura 10).



Figura 10: Alison Krauss ganadora de mejor álbum Bluegrass en la ceremonia del 2012.

Nota: Greynium Information Technologies Pvt. Ltd. (2017).

-Único artista en ganar “los cuatro” grandes Grammys en una sola noche.

Según datos de la The Recording Academy, (2016), Christopher Cross ha sido el único artista en obtener "Cuatro Grandes" (Grabación del Año, Álbum del Año, Canción del Año, y Mejor Nuevo Artista) en una misma ceremonia en 1981. (Figura 11).



Figura 11: Christopher Cross ganador de Mejor Canción del Año en los Grammy de 1981.

Nota: Dmg media (2016).

Adele casi lo igualó en 2012 cuando se llevó el gramófono en las tres primeras premiaciones. Aunque había ganado en el año 2009 como Mejor Nuevo Artista.

-Nominaciones al Grammy en más categorías.

Béla Fleck ha estado nominada en más categorías que cualquier otro músico: Country, Pop, Jazz, Bluegrass, Clásica, Folk, y Hablado; y también Composición y Arreglos. (Figura12).



Figura 12: Béla Fleck y Abigail Washburn ganadores de Mejor Álbum Folk en los Grammy del 2016.

Nota: The Recording Academy (2017).

-Persona más joven en ganar un Grammy.

Según señala la The Recording Academy, (2016), LeAnn Rimes es la artista más joven en ganar un Grammy. Ella fue elegida Mejor Nueva Artista en 1997 cuando apenas tenía 14 años. En el año 2010, Taylor Swift ha sido la artista más joven en ganar la categoría de álbum del año por su disco 'Fearless' en 2010. Tenía 20 años. (Figura 13).



Figura 13: LeAnn Rimes premiada por Mejor Artista Nuevo y Mejor Interpretación Vocal Femenina en los Grammys de 1997.

Nota: The Recording Academy (2017).

-Más Grammys ganados por un artista en una noche.

La mayor cantidad de estos galardones ganados por un artista masculino en una sola noche es ocho, récord que comparten Michael Jackson en 1984 y Carlos Santana en 2000. (Figura 14).



Figura 14: Carlos Santana junto a Rob Thomas y Clive Davis en los Grammys del 2000.

Nota: Greynium Information Technologies Pvt. Ltd. (2017).

Roger Miller, Paul Simon, Eric Clapton, Beyonce y Adele han sido los artistas que casi rompen el record, pero solo han ganado seis premios en una sola noche.

-Records de nominaciones al premio.

El productor Quincy Jones tiene el récord de más nominaciones al Grammy con 79. Brian McKnight tiene 16 nominaciones sin haber ganado. Alan Parsons y Joe Satriani se igualan en 13 nominaciones al Grammy sin ganar ninguno. (Figura 15).



Figura 15: Quincy Jones con sus 27 premios Grammys.

Nota: Billboard (2017).

-Primera persona de mayor edad en ganar un Grammy.

Pinetop Perkins es la primera persona de mayor edad en ganar un Grammy. En 2011 ganó en la categoría Mejor álbum de Blues Tradicional. (Figura 16).



Figura 16: Pinetop Perkins en la Alfombra Roja de los Grammys del 2016.

Nota: American Blues Scene, LLC. (2016).

Capítulo II. ASPETOS TEORICOS PARA LA GESTION DE EVENTOS.

2.1 Eventos

Los eventos señalan una serie de situaciones en los que se encuentran relacionadas dos o más personas, estos a su vez son catalogados como hechos o acontecimientos que consecutivamente son programados y organizados con diferentes tipos de actividades y en los cuales se celebra una acción considerada especial por todos los que la integran.

Richero, (2007) señala que los eventos prestan un ambiente de experiencia profesional compartida de la cual cada miembro sacara el provecho que su interés y capacidad le faciliten. Al respecto Gómez, (1995) describe a los eventos como, “un acontecimiento, una eventualidad, un hecho imprevisto. Es decir, es algo que ocurre al azar, lejos de una planificación estratégica; y eso desde luego no se adapta al complejo esfuerzo que realiza el que gerencia un evento especial” (p.11). Se deduce entonces, que un evento es una situación o acontecimiento que puede ocurrir de manera planificada o al azar, donde se conserva un ambiente agradable para que cada miembro que lo conforma obtenga un beneficio y conocimiento a través de un intercambio de ideas.

2.2 Etapas del Evento

Los eventos se encuentran organizados o divididos en tres etapas que le aportan una continuidad al proceso llevado a cabo, estas etapas son consideradas como Pre-evento, Evento y post Evento.

2.2.1 Pre-evento

Es la primera etapa y la más importante para lograr con éxito un evento, tomando en cuenta que se puede tratar de cualquier tipo, es decir, un evento empresarial, cultural o social. En este proceso se llevará a cabo una

planificación y organización exhaustiva mostrando así, de qué manera se desarrollará el evento, con la finalidad de cumplir con los objetivos y expectativas de cada miembro involucrado en ello. Esta etapa ayuda a detectar, prevenir y solucionar cualquier contratiempo que en algún momento puede llevar al éxito o fracaso del evento, y a su vez sirve de instrumento evaluativo debido a que, requiere de un cronograma de actividades donde se puede apreciar que el tiempo calculado fue el tiempo en que se cumplieron con las actividades planteadas.

Guzmán, (2009), sostiene que, se deben desarrollar operaciones que ayuden a posicionar una imagen única del evento en la mente y el corazón del público objetivo, por ello es importante establecer tácticas consistentes que respalden la estrategia de comunicación. Por otra parte, Richero (1993) plantea que en la fase de pre-evento deben darse cuatro procesos: prevención, planeación, organización e integración. Por esto se puede establecer que el evento es una serie de pasos que deben cumplirse para que pueda desarrollarse adecuadamente el mismo.

2.2.2 Evento

Durante esta fase debe quedar expresada toda la acción en materia de logística, así como también aquellos criterios y elementos protocolares y todo aquello que implica su comercialización. En esta etapa se lleva a cabo la realización donde se debe cuidar hasta el más mínimo detalle del mismo y así poder cumplir con todas las expectativas.

Lárez, (citado en Guzmán, 2009), plantea que, la etapa del evento consiste en la exitosa coordinación y ejecución de las actividades previamente planteadas y que en estas se encuentran implícitas las tareas que se dispusieron en las etapas anteriores y que se requiere para su realización.

Lárez, (2015), señala que se entiende por la fase de evento a la coordinación y ejecución de las actividades que fueron planteadas con anterioridad en la fase de pre-evento, estas actividades deben permanecer bajo la estricta supervisión del comité organizador, ya sea para el control de las instalaciones o el cumplimiento del programa.

2.2.3 Post-Evento

Es la última parte del evento, en esta etapa se evaluarán a todas las áreas involucradas para así conocer que funcionó correctamente y cuáles fueron las debilidades que puedan ocurrir durante el evento, esta evaluación permitirá a los organizadores saber con más exactitud los resultados obtenidos para que en los futuros eventos que realicen hacer las correcciones que sean necesarias.

Lárez, (citado en Buendía, 1991), considera que esta es la etapa final del proceso del evento y está compuesta por la recolección, evaluación y comparación de los datos que fueron obtenidos durante la realización del evento, logrando así una medición y a la misma vez una valoración de los resultados alcanzados con relación a las metas que se encontraban previamente establecidas, además de corregir desviaciones y establecer una referencia para la realización de eventos futuros.

2.3 Clasificación de los eventos.

Los eventos de acuerdo a su naturaleza, se distinguen por sus características propias, existiendo una extensa diversidad de los tipos de eventos, que van desde sociales, culturales hasta los religiosos. Tal es el caso de Getz, (1997) quien afirma que todo dependerá de la distinción entre el tipo de público, objetivo al cual se dirige el evento.

Lárez, (2010), al referirse a la clasificación de los eventos expone lo siguiente:

2.3.1 Clasificación de los eventos por su naturaleza.

- a) Culturales: premios, salón, festival, concurso.
- b) Sociales: cumpleaños, campaña, recaudación de fondos.
- c) Deportivos: juegos deportivos.
- d) Comerciales: desfiles de moda.
- e) Tecnológicos o científicos: convención, foros, exposiciones, presentación de libros.
- f) Educativos: seminarios, comisión, talleres, graduación, simposio, plenaria.
- g) Políticos: debate, campaña, mitin, manifestaciones, asamblea, concentraciones.
- h) Recreativos: banquete, coctél, encuentro, fiesta.

2.3.2 Clasificación de los eventos por su grado de exclusividad.

- a) Públicos.
- b) Privados.

2.3.3 Clasificación de los eventos de acuerdo a su alcance y magnitud.

- a) Nacional.
- b) Internacional.
- c) Mundial.
- d) Regional.
- e) Local.

2.4 Tipos de Eventos.

En la actualidad existen una gran variedad de eventos, estos van a variar según su tipología debido a que, cada uno de estos eventos se encuentra

conformado por sus propios objetivos y características y cada uno está dirigido a diferentes grupos de personas o públicos.

Según Lárez, (2010), entre ellos se pueden encontrar los siguientes:

- a) Entretenimiento: conciertos, exhibiciones, premios, ceremoniales.
- b) Negocios y comercio: ferias, mercados, publicidad de ventas, reuniones y conferencias.
- c) Educación: seminario, taller, congresos,
- d) Recreación: juegos y deportes, eventos recreacionales.
- e) Culturales: religiosos, carnavales, festivales, desfiles.
- f) Eventos privados: ceremonias personales, cumpleaños, bodas, aniversarios.
- g) Sociales: fiestas, galas, reuniones.

Con base en lo anterior, la investigación está enfocada en un evento de entretenimiento de carácter privado, debido a que el evento se encuentra conformado por sus propios objetivos característicos del mismo y cada uno está dirigido a diferentes grupos y público.

2.5 Ceremonial y protocolo en la gestión de eventos.

De Marchena, (2002), refiere que, “Es el conjunto de pasos que se desarrollan ordenadamente en un acto social en atención a lo establecido por el protocolo” p.40, considerando que el ceremonial es un elemento fundamental para una organización, ya que implica una serie de pautas lógicas de orden para evitar inconvenientes.

López, (citado en Lárez, 2015), define el ceremonial “como el conjunto de formalidades necesariamente aplicables para el buen desarrollo de un acto público y está referido al rito, orden, secuencia, programa y planificación que se establece para dichos actos” (p.29).

De lo anterior se extrae que, la secuencia del ceremonial es dar cumplimiento a la logística establecida para la realización de un evento.

Lárez, (citado en Otero, 2011) señala que, el protocolo es un ordenador del ámbito espacio-temporal en que se desenvuelve el poder establecido en forma de entidades y autoridades estatales y paraestatales, por lo que en primer lugar tendríamos que ceñir su campo de aplicación a aquellos eventos o aquellas ceremonias que cuenten con la participación de estas instancias como participante, ya sean anfitriones o invitados.

Con base a lo establecido por el desarrollo del término del protocolo, el mismo hace referencia a la serie de reglas y decretos que deben ser insustituibles para evitar situaciones irregulares y preservar el orden de las ideas establecidas originalmente.

Toda gestión de eventos, además de las etapas que implica de acuerdo a su tipo y características, necesariamente acude a elementos y criterios de orden durante cada una de sus fases, siendo tratadas teóricamente de manera universal y con elementos particulares de acuerdo a su desarrollo y ceremonia, de allí que a continuación se describan cada uno de estos, como se muestra en el cuadro 1

2.6 Principios y criterios universales de protocolo.

Para el desarrollo de los principios y criterios protocolares universales, se tomó como referencia para el mejor entendimiento del tema el siguiente autor: De Fagre (2005)

Cuadro 1. Principios y Criterios Protocolares Universales.

Criterios	Autor	Definición
Precedencia	De Fagre	Es la piedra angular en la colocación protocolar de las personas. La precedencia es reconocer la primacía que, por rango o antigüedad, ocupa una persona sobre otra y establece el orden y ubicación de las mismas dentro de la estructura existente de autoridades.
Presidencia	De Fagre	Es la persona que ocupa la más alta jerarquía en el lugar, o el anfitrión o el "dueño de casa". En un presidium esta se sitúa en el centro y se convierte en el punto de referencia para la colocación de las personalidades restantes.
Derecha	De Fagre	En todo acto, comida, visita o recepción, la derecha de quien preside, como máxima autoridad del lugar, es el sitio de honor. Así ha ocurrido en el transcurso del tiempo, desde que se tiene conocimiento de la relación social humana en los diferentes ámbitos y estratos a nivel mundial; de allí; su carácter intemporal y ecuménico.

Continuación...**Cuadro 1. Principios y Criterios Protocolares Universales.**

Del Invitado de Honor	De Fagre	Es la persona a quien su jerarquía, nivel o rango o como muestra de especial diferencia y consideración, le destinamos el sitio de honor de quien preside el acto.
Del Conductor del Acto	De Fagre	Maestro de ceremonia es el encargado de anunciar los puntos del programa previsto para el ceremonial a realizar, así como de ofrecer información de interés para la audiencia asistente al acto.
La Representatividad	De Fagre	Es la representación de una asociación, empresa o institución en cualquier evento por sus altos funcionarios.
La Línea Protocolar	De Fagre	Se refiere al grupo de asientos ubicados en la primera fila de sillas a la derecha del presídium, en caso de no existir palcos para invitados especiales.
El Orden Alternado	De Fagre	Es el criterio más generalizado para la ubicación de autoridades según precedencia.
Del Orden Lateral	De Fagre	Es el orden de las personas que están sentadas, paradas o que caminan en la misma línea horizontal, es decir, una al lado de la otra y en el cual el lugar de preferencia es el de la derecha partiendo del que tiene la máxima autoridad.

Continuación...**Cuadro 1. Principios y Criterios Protocolares Universales.**

Del Orden Lineal	De Fagre	Es el orden que se sigue cuando las personas van una detrás de la otra formando una línea vertical. Se refieren al desfile que realizan las personalidades, autoridades graduandos, según el caso, y constituyen parte del ceremonial del acto en cuestión.
El Orden Alfabético	De Fagre	Como medio para evitar los conflictos de precedencia tanto en actos protocolares como en la firma de actas, tratados o convenios se estableció el orden alfabético.
La Autonomía Corporativa	De Fagre	Es el derecho que rige en una institución pública o privada de formular sus leyes, reglamentos, normativas y manuales particulares para establecer el protocolo que guie sus ceremoniales.
La Puntualidad	De Fagre	Las ceremonias deben realizarse a la hora pautada. Si alguna autoridad llega retardada debe ocupar el sitio que le indique el funcionario de protocolo. Valioso resulta recordar que “la puntualidad es cortesía de Reyes, deber de caballeros y costumbre de personas educadas” (Anónimo).
La Dama	De Fagre	Cuando la mujer tiene jerarquía se respeta la precedencia que su cargo ostenta. Cuando no la tiene, pero es esposa de un hombre con jerarquía, le corresponde la misma precedencia y tratamiento social que el otorgado a su esposo solo en actos protocolares, mas no en asuntos administrativos.
El Cónyuge Hombre	De Fagre	Al contrario de su mujer, el esposo de la mujer con jerarquía no goza de los mismos privilegios y precedencia que ella.

Continuación...**Cuadro 1. Principios y Criterios Protocolares Universales.**

La Jurisdiccionalidad	De Fagre	Se refiere a que una autoridad tendrá precedencia sobre otra que la antecede en el orden protocolar si el acto se está efectuando en su jurisdicción.
El Ente Responsable Del Acto	De Fagre	Al organizar un acto debe preverse un lugar en el presídium para el ente promotor o dependencia bajo la cual este a cargo su realización.
De la Clasificación de las Comidas	De Fagre	Protocolarmente hablando, el término comida se utiliza para referirse a la recepción formal o de gala que se realiza en la noche. A la mañana se invita a un desayuno o a un almuerzo, a la noche a una comida, nunca a una cena.
La Antigüedad	De Fagre	Cuando se tienen autoridades con la misma equivalencia, la antigüedad ha servido de mucha utilidad por cuanto es el tiempo lo que cuenta para establecer la precedencia.
El Dueño de Casa	De Fagre	Cuando un evento es ejecutado por un departamento, dirección o gerencia media, la autoridad del mismo pasa a ser el anfitrión oficial y debe actuar con el criterio "dueño de casa" presidiendo (en caso de no estar presente la persona de máxima jerarquía en el lugar) y velando por el más exitoso desarrollo del acto.

Continuación...**Cuadro 1. Principios y Criterios Protocolares Universales.**

De la Estética	De Fagre	En la Organización de un estrado o mesa de reunión puede darse el caso de que las autoridades asistentes tengan la misma equivalencia, pero al ser ubicadas según otros criterios, estas queden homogéneamente distribuidas: de un lado damas y del otro, caballeros. Este criterio, bajo consentimiento expreso, permite alterar el orden de precedencia para favorecer la cobertura gráfica o registro del evento a través de fotos, cine y televisión.
De lo Exclusivamente Institucional	De Fagre	La dinámica institucional conlleva a realizar una serie de eventos especiales, sociales o de intercambio que demandan la participación de los miembros del organismo, empresa o institución. No obstante, a pesar de que son “públicos”, por su naturaleza netamente institucional, implican restricciones con relación a la asistencia.
Extraterritorialidad	De Fagre	Es el criterio que se basa en los privilegios e inmunidades de los agentes y locales diplomáticos fundamentados en la teoría de que todo terreno, espacio aéreo o marítimo, bien mueble o inmueble ocupado por delegación diplomática acreditada en el extranjero se considera territorio del país acreditado.
Del Sorteo o El Azar	De Fagre	En el ordenamiento de autoridades con la misma equivalencia, se da el caso de que al ser ubicadas según otros criterios (alfabético o alternado, por ejemplo) queden colocadas de últimas. A solicitud de las partes interesadas, mediante este criterio, bajo consentimiento expreso, se permite bajo el sorteo a la suerte, alterar el orden de precedencia.

Continuación...**Cuadro 1. Principios y Criterios Protocolares Universales.**

Del Descanso Matrimonial	De Fagre	Este es uno de los criterios básicos que rigen para la colocación de parejas en una mesa de comida mixta o con cónyuge e indica que “nunca debe sentarse la esposa junto al marido”. Cuando la mesa lo permita, es conveniente que un matrimonio no este sentado frente por frente a ambos lados de la mesa” (De Urbina, 1996, p. 67).
Del Respeto a la Esposa	De Fagre	Como resultado del criterio anterior, si al ordenar la mesa el marido queda junto a su esposa, esta mantiene su puesto y él lo cede bajando un grado en la precedencia de la mesa siempre y cuando sea un mismo rango o nivel y si el comensal que asciende en su lugar es también de su mismo rango o nivel.
Del Respeto a la Mujer	De Fagre	En comidas mixtas y con presidencias al estilo francés, en el centro de la mesa, no deben ubicarse damas en los extremos, cerrando las puntas de la mesa. Tampoco deben quedar juntas, una al lado de la otra. En comidas de Ejecutivos en las que las mujeres ocupan el lugar que les corresponde por su jerarquía, al contar con igual jerarquía de un caballero, por este criterio y porque la cortesía nunca molesta, debe cederse la preferencia a la dama.
De la Alternancia de Sexos	De Fagre	Es un principio básico del protocolo que rige la distribución de personas en comidas mixtas, en las cuales es obligatorio alternar los sexos: dama-caballero-dama... Este criterio no se aplica en reuniones o comidas de Ejecutivos.

Continuación...**Cuadro 1. Principios y Criterios Protocolares Universales.**

De la Proximidad al Domus o al Anfitrión de la Casa	De Fagre	De acuerdo con este criterio los lugares preferentes son los más cercanos al Domus (anfitrión). Si se utiliza una mesa para las autoridades que presiden la recepción y otras varias para ubicar a los invitados, la mesa que se encuentre más próxima al lugar central de la mesa presidencial, será la preferente del conjunto.
De la Igualdad de los Sexos	De Fagre	En comidas mixtas se recomienda tener igual número de comensales de cada sexo para lograr la armonía y estética de la mesa al colocarlos alternadamente (Dama-Caballero-Dama).
Del Comienzo y Fin de la Actividad	De Fagre	En actos civiles del Ejecutivo, diplomáticos y deportivos, por lo general después del saludo de cortesía, se acostumbra interpretar el himno nacional y el del país visitante, según el caso para dar inicio o fin a la actividad.
De las Invitaciones	De Fagre	Existen varios tipos de invitaciones de acuerdo con el medio utilizado para cursarlas (con tarjeta, por teléfono, vía fax, correo electrónico, por prensa, radio o televisión); con la forma de presentación (impresa, semi-impresa y manuscrita); con la necesidad de respuesta (requieren respuesta, no requieren respuesta. No obstante el protocolo universalmente aceptado es que las invitaciones se cursen con suficiente anticipación.

Nota: elaboración propia (2016).

2.7 Elementos Protocolares.

2.7.1 El Auditorio.

Es el espacio acondicionado de gran capacidad asignado para un número determinado de personas, para el desarrollo de una conferencia, concierto o espectáculo. Por su parte, De Fagre (2005), establece que es el salón (comúnmente local cerrado) donde se llevan a cabo los eventos con público numeroso.

2.7.2 El Presídium.

Según De Fagre (2005), sostiene que un presídium es una mesa de trabajo en la que se toman anotaciones, se disponen diplomas, se firman documentos, entre otras acciones. En este caso se puede decir, que el presídium se dispone para las autoridades de máximo rango en el desarrollo del evento.

2.7.3 El Podio.

Es la plataforma designada para la persona que tiene en un momento determinado el derecho de palabra ante un público. De Fagre (2005), expresa, que es el pedestal desde el cual se le dirige la voz a la audiencia asistente.

2.7.4 La Mesa Auxiliar.

Es aquella que se utiliza como apoyo para la colocación de los materiales o artículos propios de trabajo del acto y especialmente para aquellos utensilios de apoyo logístico (jarra, vasos, agua, servilletas) necesarios para la atención de los miembros del presídium) De Fagre (2005). La mesa auxiliar debe ir decorada de forma que disimule su permanencia en las cercanías del presídium.

2.7.5 Los Planos Protocolares.

De Fagre (2005), define a los planos protocolares como los distintos croquis o diagramas que se elaboran de la mesa de comensales, auditorio, presidium, línea protocolar, salón, entre otros, con la ubicación que tendrán las personalidades , delegaciones, invitados, reporteros, fotógrafos, edecanes de protocolo, etc. y recursos de ambientación en el acto. En tal caso, se podría decir que es el mapa de ubicación de cada personalidad de acuerdo a la labor a desempeñar en el acto a realizar.

2.7.6 El Programa.

No es más que la secuencia de los actos a desarrollar en un evento determinado. Pero para ampliar esta definición De Fagre (2005), lo desarrolla como la previa declaración de lo que se piensa hacer en una ocasión específica. Cuando se le agrega el calificativo de mano es para referirse al programa del acto que usualmente se entrega en la mano de cada persona, en la puerta del recinto donde se llevara a cabo el ceremonial.

2.7.7 Símbolos Patrios- Institucionales.

En lo establecido por De Fagre (2005), son la Bandera, el Escudo y el Himno Nacional. En este caso los símbolos patrios son los elementos nacionales representativos de cada país y se utilizan para diferenciar entre nación.

2.7.8 El Traje Académico.

Es el atuendo utilizado por catedráticos, letrados o magistrados en ceremonias solemnes. Está conformado por: la toga, la capella, el birrete o el bonete (De Fagre, 2005). Dado el caso se puede decir también que, es la indumentaria utilizada para los actos académicos universitarios.

2.7.9 El Vocativo.

Es la lista elaborada en orden de precedencia decreciente, con los datos (tratamientos, título, nombre y cargo) de las altas personalidades invitadas a un evento. De Fagre (2005) hace referencia al trato de cortesía y saludo para nombrar a las personas de acuerdo a su cargo al momento de ser llamado al podio.

2.7.10 Los Salones VIP.

Para De Fagre (2005), son diseñados para personalidades que merecen atención especial (altos ejecutivos, rectores, celebridades). Se encuentran identificados así, bajo esas siglas, en aeropuertos, hoteles y en edificios para convenciones y reuniones. En conclusión, se utilizan para un selecto número de personalidades con atenciones más exclusivas que las del resto.

2.7.11 Los Distintivos.

Según De Fagre (2005), son unas pequeñas tarjetas en las que se señala el nombre de la persona que lo porta y su condición en el evento (participante, conferencista, coordinador, miembro de la comisión organizadora, protocolo, prensa...). Es la forma más práctica de saber el nombre de cada persona correspondiente al desarrollar el evento para dirigirse a ella con propiedad.

2.7.12 Identificadores Protocolares.

De acuerdo con De Fagre (2005), son unas tarjetas que permiten identificar el lugar que le corresponde ocupar cada quien en el sitio de realización del evento, así como para señalar los lugares de interés (baños, cafetín, teléfonos, recepción, servicio médico...) para la audiencia asistente, en cuyo caso adoptan la denominación de rotulo de señalización. Se tienen, entonces: Identificadores de presídium, identificadores de sala,

identificadores de piso, los identificadores de mesa o habladores, los identificadores de marcha y por último los identificadores en las comidas sentadas o banquetes.

Con base en lo anterior se entiende que los identificadores son una manera práctica de señalar los lugares que pudiesen ser de interés para la audiencia.

2.7.13 El Guion del Maestro de Ceremonia.

Según De Fagre (2005), como se explicó anteriormente, el maestro de ceremonia es el ente autorizado para dirigir, desde el micrófono, el ceremonial. Para ello, es fundamental que conozca previamente los aspectos del programa previsto, las personalidades que confirmaron asistencia, quiénes integrarán el presídium, la denominación precisa del evento, cuántos y quiénes tendrán orden de palabra, entre otras informaciones. Por lo tanto, queda entendido que el maestro de ceremonia debe poseer una guía que le permita dirigir el evento de acuerdo a la secuencia con la cual se desarrollará.

2.7.14 Utensilios de Apoyo Logístico y Ambientación.

Establece De Fagre (2005), que, todo acto, por muy informal que resulte ser, amerita la toma de provisiones en cuanto a agua, jarra, vasos, copas, bandejas, servilletas, entre otros detalles necesarios para asegurar la formalidad del acto y la atención de los asistentes.

Entre los elementos de ambientación, además de los mencionados a lo largo del capítulo, pueden considerarse las pancartas, pendones, alfombras, tapices, esculturas o cuadros importantes como elementos decorativos que enriquecen la estética general del ambiente y, en determinados salones permiten destacar la mesa presidencial del acto.

Esto quiere decir, que todo el personal que apoya en la logística de ambientación, tienen un papel muy importante al momento de surgir algún inconveniente para solventarlo de la manera más rápida posible.

2.8 Etiqueta.

De Fagre (2005), afirma que la etiqueta es la expresión formal de los buenos modales, indispensables para vivir en la sociedad. De igual forma, para Lárez (2015) la etiqueta es un conjunto de reglas y costumbres que nos permiten desenvolvernos adecuadamente en los diferentes ambientes.

La etiqueta es la forma de seguir lineamientos de comportamiento, ante el grupo social en el que se desarrolle una persona, en donde, básicamente su sentido de respeto, educación y coordinación de sus acciones van desde su crecimiento en el núcleo familiar y la forma en como le fueron inculcados los valores para proyectarlos en cualquier situación. Es decir, se puede denotar a una persona con etiqueta no por su vestimenta precisamente sino, por su forma de tratar a las personas con las que convive en un evento.

Para los actos de sociedad de gran envergadura se pudiese decir que las personas invitadas son de etiqueta por su nivel de educación al dirigirse con los demás y usar las normas afincadas de cortesía al momento de establecer diálogo con otras y sostener una gestualidad en su presencia que la denote como persona indispensable en esa comunidad.

2.8.1 Elementos de la etiqueta.

De Fagre (2005), señala, que nuestra imagen externa es nuestra mejor tarjeta de presentación y que no siempre se cuenta con una segunda oportunidad para mostrarla. Por lo ello, la higiene, el atuendo, las actitudes y posturas que adoptemos han de ser bien cuidados y en concordancia con nuestra personalidad e identidad para causar siempre la mejor impresión.

De igual manera Lárez (citado en Otero, 2011) establece que, la etiqueta se refiere a un conjunto de elementos que van unidos a la persona y que podemos concretar en los siguientes puntos:

2.8.1.1 El Vestido

Es la expresión más reconocible de la etiqueta, y comprende desde el taparrabos de las tribus más primitivas hasta el pantalón vaquero, el uniforme de gala, la capa de armiño o el frac.

Por lo tanto, la vestimenta hoy día va de acuerdo al tipo de evento a realizar. Para las damas y caballeros puede variar desde la ropa más elegante en una gala extraordinaria, hasta la más sencilla para un coctel. Todo va de acuerdo a los estándares pre establecidos para las exigencias de la ocasión.

2.8.1.2 El Peinado

La cabeza rapada, las trenzas o largas melenas, el teñido platino o la cabeza embadurnada en aceite son distintas manifestaciones de identidad cultural de un grupo, y están también sometidas a modas, culturas o estéticas determinadas.

Hoy día, el peinado o los accesorios usados en la cabeza como acompañantes a la presencia de las personas es la forma de llamar la

atención en un evento o simplemente dar estilismo al cabello y la forma de lucirlo en un momento determinado para distinguir de los demás.

2.8.1.3 La Ornamentación

Son los adornos que incorporamos a nuestra persona. Podemos establecer categorías en función de su carácter permanente o eventual. Lo que quiere decir, que las personas pueden llevar tatuajes en su piel o accesorios que los distinguen de otras o elementos que complementan su vestimenta para la ocasión.

En este caso, lo que se busca con la ornamentación es el embellecimiento y el enaltecimiento del ser de cada persona, bien sea, por su cultura o posicionamiento jerárquico en el grupo social en el que se desenvuelve.

2.8.1.4 La Gestualidad

Los gestos son signos de identidad, reconocimiento y relaciones mutuas, pero también indicadores de status, y tampoco podemos establecer una tabla única de aplicación universal.

De tal modo, que los gestos que aplicados en cada persona van de la mano con su cultura y el posicionamiento en su sociedad, así que en realidad los que se realicen indica quienes y como somos. Nuestros gestos diariamente nos definen, tanto que muchas veces para los demás un cruzado de piernas o brazos puede llevar a ser juzgado lo que se quiere transmitir con nuestra comunicación corporal y lo que las personas perciben en realidad.

2.8.1.5 La Higiene y Salud

Potenciar o esconder el olor corporal, el cuidado del cabello, la existencia o no de parásitos, recubrir la piel con barro o presumir una tez blanca o morena son también elementos de etiqueta social que en cada

cultura son tenidos en cuenta como un mérito o un demérito, y especialmente ahora que la aldea global y la multiculturalidad, plantean la imperiosa necesidad de la convivencia con otras etnias es necesario conocer sus significados.

Con esto, lo que se quiere alcanzar es que mejore el aspecto de una persona y que transmita organización con su apariencia dada de la mano con la salud.

2.9 Espectáculos.

Según la Real Academia Española, la palabra espectáculo hace referencia a una función o diversión pública celebrada en un cine, en un circo o en cualquier otro edificio o lugar en que se congrega la gente para presenciarla y a cualquier cosa que se ofrece a la vista o a la contemplación intelectual y es capaz de atraer la atención y mover el ánimo infundiéndole deleite, asombro, dolor u otros afectos más o menos vivos o nobles. (Real Academia Española, 2016).

Pues bien, con el espectáculo lo que se quiere lograr es desarrollar un evento que sea motivo de concentración de personas por el mismo interés en lo que se realizará, para captar la atención del público, debe ser un espectáculo con origen teatral, de cine, televisivo, musical, deportivo, entre otros.

2.10 Comité Organizador.

Según Lárez (2015), el comité organizador es un grupo de personas que se encargan de establecer todo lo referido a la planeación y organización de la actividad. Estos se encargan de la elaboración del proyecto donde plasmarán los objetivos, recursos, costos y demás factores necesarios para el óptimo desarrollo del evento.

Con el comité organizador, lo que se quiere garantizar es tener asignadas personas para cada ámbito del evento que se quiere realizar, con el fin, de dar respuesta pronta a inconvenientes y tener responsables al momento de ejecutarse una tarea, de igual modo el tener responsables ayuda a coordinar mucho mejor al personal que colabora en el desarrollo del evento, y así alcanzar metas propuestas en el evento hasta el final del mismo.

2.11 Marketing.

Según Kotler (1996), el marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes.

Por otra parte, Howard (1990), establece que, el marketing es el proceso de: 1) Identificar las necesidades del consumidor, 2) Conceptualizar tales necesidades en función de la capacidad de la empresa para producir, 3) Comunicar dicha conceptualización a quienes tienen la capacidad de toma de decisiones en la empresa. 4) Conceptualizar la producción obtenida en función de las necesidades previamente identificadas del consumidor y 5) Comunicar dicha conceptualización al consumidor.

Pero, Stanton, Etzel y Walker (2004), proponen la siguiente definición de marketing: El marketing es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precios, promover y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización.

En conclusión, se puede llegar a la determinación del marketing como un ciclo que comienza con la creación de un producto que el consumidor necesite, por lo tanto, se le establecen características previas que lo denoten

para la pronta adquisición, y mantenerlo mejorándolo y así, lograr obtener un mercado que siempre lo necesite.

2.12 Marketing de Eventos.

Según, Vásquez, González y Marín (Citado en Lenderman, 2008), el marketing de eventos es: “una serie de eventos planificados en los que el consumidor puede interactuar físicamente con un producto o servicio. También, se ha considerado una forma de promoción de marcas o una táctica de comunicación que relaciona la marca con una determinada actividad significativa”.

De tal modo, que se puede tomar el marketing de eventos, como una táctica de las marcas para promocionar sus productos en el momento que se esté dando el un acontecimiento que tiene la atención de un público numeroso para captar su atención y así lograr su objetivo de dar a conocer su elemento en promoción.

2.13 Marketing Cultural.

Para, Vásquez, González y Marín (Citado en Amell, 2010), el “Marketing cultural es una manera de concebir y de ejecutar la relación de intercambio, con la finalidad de que sea satisfactoria para las partes que intervienen y para la sociedad, mediante el desarrollo, la valoración, la distribución y la promoción que el sector cultural hace de los productos culturales lo que consumidores necesitan” (p.3).

Con este tipo de marketing lo que se quiere logara es difundir y sensibilizar al público de su sentido de pertenencia a esa cultura que los caracteriza, mediante la elaboración y muestreo de productos de elaboración propia para que los consumidores lo adquieran con la mejor disposición de acuerdo a sus necesidades.

2.14 Marketing Interactivo.

De acuerdo con Lárez (2015), se entiende que el marketing interactivo es una estrategia de contraste, de marcar la diferencia a través de una oferta única y personal de cada institución u organización. La práctica y el arte del marketing interactivo servirá exactamente para que se conozcan, en tiempo real, deslocalizaciones del target entre un “medium” y otro, entre un soporte y otro. El centro del target puede ser seducido, puntual o permanentemente, por tal o tal “medium” o soporte nuevo. Sólo con un lazo íntimo, interactivo, con el target, será posible que la empresa sepa, en todo momento, cómo alcanzarlo. De este modo, la fragmentación mediática de que habla, puede ser aprovechada como una ventaja más que favorezca la aproximación adecuada, más personalizada, y no como un mayor riesgo de que el target se le escape entre los dedos de las manos.

Por lo tanto, se puede dar por entendido, que el marketing llega a ser interactivo cuando existe esa relación directa de participación lo que conlleva a entregar con calidad el servicio que se ofrece, ya que permite relacionarse en todos los ámbitos con el público.

2.15 La Comunicación.

La comunicación en el ser humano es la única alternativa de expresar emociones e ideas a otras personas, y esto puede ocurrir de varias maneras mientras la información llegue a quien tenga que llegar. Para lograr una buena comunicación es importante estar en concordancia con la otra persona y tratar el mismo tema de forma que la comunicación establecida sea la más correcta al expresarse.

Lárez (Citado en Alarico, 2008), determina que la comunicación, es un proceso de intercambio de ideas, información y sentimientos entre un emisor

y un receptor, mediante la utilización de un código común y de un medio idóneo.

Para usar el elemento de la comunicación en el marketing, es importante entonces, señalar o resaltar muy bien el mensaje que al público se le quiere hacer llegar, mediante la utilización de técnicas de colores, imágenes, letras y frases que hagan llamativa su atención.

2.16 Publicidad.

Lárez, (2015), establece que, la publicidad es considerada como una de las más poderosas herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que es utilizada por empresas, para dar a conocer un mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a su grupo objetivo.

Por su parte también, Vásquez, González y Marín (Citado en Toyos, 2005), definen a la publicidad como que “es la técnica donde se contacta a una audiencia múltiple. Utiliza, en forma de paga, medios de difusión para dirigir su mensaje e influir en su decisión a fin de lograr la compra de productos o servicios” (p.87).

Pues bien, la publicidad es uno de los instrumentos indispensables en el marketing que ayudan mediante mensajes, el desarrollo de las promociones, dar a conocer lo que quiere transmitir una organización, con el fin de lograr captar a un público en específico.

2.17 Relaciones Públicas.

Lárez, (2015), concluye, que las Relaciones Publicas son como el arte de estudiar la realidad social y organizacional con la finalidad de proyectar y planificar un conjunto de acciones de comunicación que nos permitan obtener y mantener la buena percepción de los públicos y la comunidad en que se encuentre integrado, logrando así, satisfacer los intereses comunes y

fortalecer el desarrollo comunitario, y además permite informar a públicos visitantes, sobre los nuevos productos y servicios que existentes.

Lo que permite entonces, que este término sea considerado como una forma más de comunicación para promover los productos o servicios que se ofrecen de una determinada organización, con el fin de lograr capturar de manera directa al público que se quiere alcanzar.

2.18 Redes Sociales.

Hoy día, las redes sociales albergan la atención de un incontable número de personas, ya que permiten hacer interactivas las aplicaciones que en ellas se desarrollan, de tal modo que estos instrumentos pueden fácilmente servir a las estrategias de marketing y publicidad de las empresas. Por lo tanto, las redes sociales en un evento son de mucha importancia ya que permite a las personas dar su opinión de manera pública.

De tal modo, Vásquez, González y Marín (Citado en Sánchez y Pintado, 2013) describen que las redes sociales “ es un servicio basado en internet que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblicos dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión”(p.308).

2.19 Imagen Corporativa.

Vásquez, González y Marín (2016), sostienen que la imagen corporativa es la forma que es reflejada y valorada una empresa. Esta adquiere una importancia fundamental, creando valor para la empresa y estableciendo como actividad intangible de la misma, es como una representación que queda en la psiquis de público.

Lárez (Citado en Garrido 2004), lo plantea como “aquello que la empresa transmite particularmente sobre soportes tangibles y visuales o soportes materiales del discurso, los que son bien definidos y concretos”.

De acuerdo a lo planteado, la finalidad de la imagen corporativa es proyectar sus objetivos y que los mismos creen en el público ese enlace de compromiso con ellos.

2.20 Identidad Corporativa.

Lárez (Citado en Alarico 2004), establece que, la identidad corporativa de una empresa es el conjunto de atributos y valores que toda empresa tiene como, su personalidad, su razón de ser, en pocas palabras es la imagen que manifiesta la empresa y que la hará identificarse y distinguirse por sobre las demás. En este sentido se define como los elementos de diseño que permiten a sus públicos identificar con facilidad la identidad de la organización, entre los cuales los más utilizados son: el emblema, símbolo, logotipo, color, tipografía, papelería y señalización.

Según Vásquez, González y Marín (Citado en Maqueda, 2013) “Es la personalidad de la empresa y abarca, en consecuencia, todas las formas de expresión de la organización, ya sean verbales, simbólicas, o de comportamiento”. (p. 326). Hay que considerar que la empresa así no comunique nada de manera directa, debe tener una imagen corporativa., es un medio propio, que es utilizado por la empresa para reflejar una identidad.

Por lo tanto, la identidad corporativa es el estilo propio de la empresa que permite diferenciarla de la competencia, ya que utiliza elementos de diseño que la determinan dentro del público.

2.21 Signos, Símbolos y Señales.

Para Vásquez, González y Marín (Citado en Pintado y Sánchez, 2013) “expresan que el objetivo final de estos es la identificación, pero consiguiendo la diferencia de otras entidades, que exhiben sus identidades en el panorama visual”.(p.199), siempre y cuando generen diferencias entre entidades para poder ser reconocido directamente por el público-objetivo.

Por su parte, Lárez(Citado en Alarico, 2004) define el símbolo como un “elemento de identificación visual de lo que es la organización, por lo que se convierte en un medio efectivo para presentarse y llegar al target, debido a que tiene un poder de representación muy definido y dinámico” (Prr.8)

Con los signos, símbolos y señales lo que se quiere lograr es la identificación y diferenciación de la empresa con otras, de tal modo que el aspecto de forma visual coincide en la proyección transmitida al público, así que tomar en cuenta esto permite a la empresa promoverse a menor o mayor escala de posicionamiento en el mercado.

2.22 Patrocinio.

Según Lárez (Citado en Staton etzen y Walker, 2007) “es una actividad de fomento de la imagen a largo plazo. Se trata de obtener un beneficio que repercuta positivamente en la imagen de la compañía y de aquello que ofrece a su público” (Prr.5). Por ello es necesario que todo evento posea un orden de importancia en cuanto a sus patrocinadores, esta jerarquía surge según el aporte realizado, será quien más recursos aporte al evento el primero en el orden de importancia.

Esto quiere decir que las marcas aportan de alguna manera al evento a realizarse con el fin de encontrar publicidad de sus productos o servicios, ya que busca captar la atención del público asistente.

2.23 Definición de Términos Básicos.

Academia: Con origen en un vocablo griego que derivó en el término latino academia, una academia es una sociedad científica, literaria o artística establecida con autoridad pública. (Uniregistry, 2016)

Academia de Artes y Ciencias de la Grabación: También conocida como la National Academy of Recording Arts and Sciences (Academia Nacional de Artes y Ciencias de la Grabación), o NARAS, es una organización de músicos, productores, ingenieros de grabación y de otros profesionales dedicados a mejorar la calidad de la música y sus responsables. Neil Portnow es el actual presidente de la Academia. (Fundación Wikimedia, 2016).

La Academia es famosa por sus premios Grammy. En 1997, se creó la Academia Latina de Artes y Ciencias de la Grabación que otorga los Premios Grammy Latino. (Fundación Wikimedia, 2016).

Canción: Es una composición musical para la voz humana, con letra, y comúnmente acompañada por otros instrumentos musicales. (Fundación Wikimedia, 2017)

Categoría: La palabra categoría admite varias referencias en nuestra lengua pudiendo entonces referir: aquel grupo en el cual se incluye o clasifica un conocimiento; las jerarquías a instancias de una carrera, de una competición, de la posición social, o de una profesión; la distinción que ostenta una persona; y en filosofía expresa a la noción abstracta que permite distinguir las entidades existentes. Una categoría es cada uno de los grupos básicos en los que puede incluirse o clasificarse todo conocimiento (definición ABC, 2007).

Discografía: Conjunto de discos de un tema, un autor o cualquier otra característica común (WordReference.com, 2017).

Gramófono: Fue el primer sistema de grabación y reproducción de sonido que utilizó un disco plano, a diferencia del fonógrafo que grababa sobre un cilindro. Asimismo fue el dispositivo más común para reproducir sonido grabado desde la década de 1890 hasta mediados de la década de 1950, cuando apareció el disco de vinilo a 33 RPM. El gramófono fue patentado por Emile Berliner en 1887. (Fundación Wikimedia, 2017).

Música: Se designa a aquel arte de organizar de modo sensible y con lógica la combinación coherente de silencios y sonidos utilizando como parámetros rectores para llevar a cabo y a buen puerto tal actividad los principios fundamentales de la melodía, la armonía y el ritmo, los cuales se verán sujetos e intervenidos, además, por complejos y a veces poco predecibles procesos psico-anímicos. (DefinicionABC, 2007)

Premio: Galardón que se le entrega a alguien como agradecimiento o como congratulación por la realización de algún aporte, como reconocimiento por hacer una tarea. (DefinicionABC, 2007)

Premio Grammy: Originalmente llamados premios Gramophone son una distinción otorgada por la Academia Nacional de Artes y Ciencias de la Grabación (una asociación estadounidense) para dar reconocimiento a un logro especialmente destacado de la industria musical a un artista específico. (Fundación Wikimedia, 2017).

Record: Mayormente lo utilizamos cuando queremos indicar o referirnos a aquella cuota o marca máxima, superlativa por cierto, en alguna acción o actividad. Es decir, el nivel o el resultado logrado en alguna actividad, supo

superar, en amplia medida, a cualquier otro que se obtuvo con anterioridad en la misma acción. (DefinicionABC, 2007).

CAPITULO III. PLANIFICACION Y ORGANIZACIÓN DE LOS PREMIOS GRAMMY 2016.

3.1 Pasos de planificación y gestión en los premios Grammy.

3.1.1 Establecimiento del objetivo del evento.

El objetivo principal del evento se basa en otorgar un reconocimiento a los logros discográficos de los artistas que se desenvuelven en el ámbito musical y estos son entregados por la academia nacional de arte y ciencia de la grabación. La idea central de la academia fundada en 1957 fue dar mérito a aquellos artistas más influyentes de la industria musical o que de alguna u otra manera han dejado un aporte influyente en la producción y grabación de la música en los diferentes géneros de la misma.

3.1.2 Determinación del tipo y nombre del evento.

La Academia Nacional de Artes y Ciencias de la Grabación, conocida como los Premios Grammy, es determinada como un tipo de evento de carácter cultural y social, toda vez que, esta entrega de premios es realizada con la finalidad de reconocer la excelencia en la industria de la grabación, buscando a su vez entretener y satisfacer a diferentes tipos de público.

3.1.3 Escogencia de la fecha y hora del evento.

El evento se realizó el 15 de febrero a las 8 pm hora del este de los Estados Unidos, la fecha fue elegida debido a que el domingo 14 del presente mes se celebra el Día del Amor y la Amistad en varias partes del mundo. La entrega de los premios se transmitió a nivel internacional, a continuación se presenta la hora de cada país que presenció el prestigioso evento. (Cuadro 2)

Cuadro 2. Hora de presentación del evento.

País/Ciudad	Hora
Los Ángeles	17:00 Hrs.
México DF, Centro América, La Paz, Chicago y Houston	19:00 Hrs.
Miami, Nueva York, Bogotá, Lima y Quito	20:00 Hrs.
Caracas	20:30 Hrs.
Buenos Aires, Asunción y Santiago	22:00 Hrs.

Nota: Elaboración Propia (2017).

3.1.4 Establecimiento del número y tipo de asistentes.

El Staples Center cuenta con una capacidad para 21.000 personas, para la entrega de los premios Grammy, los asientos son destinados a las celebridades que estén nominados o aquellas que se les vaya a otorgar un premio especial. Todos los asientos deben estar ocupados por personas extras del evento, evitándose el espacio vacío, para que al momento de que un artista reciba un premio, las cámaras no visualicen tales asientos vacíos.

Es importante mencionar que, para la entrega se encuentran incluidos los organizadores que se encargan de que todo se lleve a cabo según lo establecido, contando también con un gran número de camarógrafos y fotógrafos que son los encargados de filmar, grabar y captar cada instante y cada momento especial durante la ceremonia.

3.1.5 Escogencia del lugar de realización.

Los Premios Grammys se celebran en el Staples Center de los Ángeles California, lugar que ha sido la sede oficial durante los últimos años. El Staples Center es testigo de la entrega de premios más prestigiosa en la industria de la música. (Figura 17).

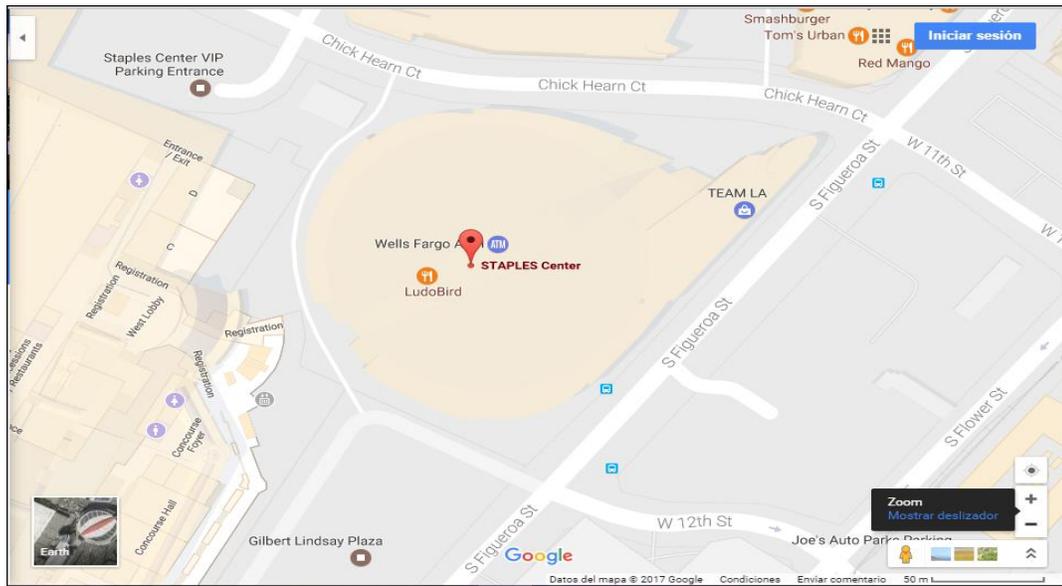


Figura 17: Ubicación del Staples Center.

Nota: Según Google Maps (2016).

3.1.6 Establecimiento del comité organizador.

La Academia Nacional de Artes y Ciencia de la Grabación cuenta con su propio comité o áreas de especialidades que para el momento superan los 22.000 miembros, entre ellos miembros votantes, miembros asociados, miembro estudiantes, productores e ingenieros, cantantes, autores, compositores, ingenieros (sonido, grabación, mezcla o masterización), músicos instrumentistas, arreglistas, conductores de orquesta, directores de arte, fotógrafos artistas, diseñadores, escritores (notas en los álbumes), narradores, realizadores de vídeos musicales (director, productor, editores, director de fotografía y arte, todos profesionales en el ámbito musical y la grabación, la cual permite mejorar la calidad de la música.

La figura numero 18 muestra algunos de los miembros organizadores de la Academia en los GRAMMY on The Hill, que tuvo lugar en el restaurante reconocido de gastronomía contemporánea americano “The Hamilton”, el 13 de abril de 2016 en Washington, DC.



Figura 18: Algunos miembros de la Academia Nacional de Artes y Ciencias de La Grabación.

Nota: Morigi , 2017.

Los profesionales que conforman la Academia Nacional de Artes y Ciencias de la Grabación, se encuentran organizados desde el Presidente y Ceo, hasta los demás profesionales en la industria de la música y la grabación que forman parte de la misma, observándose los nombrados puestos con sus respectivos representantes de cada cargo pertenecientes a la reconocida academia de la grabación, en el Cuadros 3.

Es importante mencionar que, todos estos expertos en la música y la grabación, son los responsables que la música al pasar por cierta etapas de grabación, producción, arreglos, entre otros, dé como resultado la verificación de la calidad de una grabación y todo esto sucede antes y durante del renombrado evento de la premiación. La academia, además de sus equipos de profesionales, cuenta con el apoyo de otras empresas

especializadas en comités de alimentos y bebidas, un comité de seguridad y organización, y finalmente un comité que permite la seguridad, confiabilidad y resguardo de los votos.

Cuadro 3. Miembros de la Academia Nacional de Artes y Ciencias de la Grabación.

Presidente/Ceo	Presidente Nacional	Vicepresidente	Secretario / Tesorero	Presidente Emérito	Productores
Neil Portnow	John Poppo	Ruby Marchand	Eric Schilling	George J. Flanigen IV	Gregory Chin Mike Clink Terry Hemmings Matthew Hennessy Mike Knobloch James McKinney Cheryl Pawelski Nick Phillips Richard Stumpf
Representantes	Ingenieros	Compositores	Editores	Escritores	Músicos
Tracy Gershon	Carlos A. Rodríguez Jeff Balding Ed Cherney Glenn Lorbecki Clark Ann Mincieli Michael Romanowski	Ivan Barias Claudia Brant Gino Robair Gilbert Velasquez Paul Wall	Jeff Levenson	Linda Lorence Fletcher Foster Brett James Nile Rodgers	MindiAbair Maurette B. Clark Helen Bruner Brandon Bush Beth Cohen KEM Susan Marshall Patrick Stump Tyler Stone

Nota: Elaboración Propia (2017).

3.1.6.1 Constitución del comité de alimentos y bebidas.

Para la 58 edición de la entrega de los premios Grammy realizada en el Staples Center de los Angeles, la Academia contrató un comité de alimentos y bebidas la cual contó con el apoyo de la empresa Levy Restaurants, la cual se especializa en la prestación de servicios de venta de comida de primera calidad y servicios de alimentación a los principales lugares de entretenimiento y deportes, su principal objetivo es brindar un servicio impecable, y demostrar el verdadero amor por la comida para crear experiencias inolvidables. El grupo encargado de alimentar en los Grammys 2016 fue dirigido por el famoso chef Joseph Martin. (Figura 19).



Figura 19: El chef Joseph Martin mostrando sus creaciones en los Grammy 2016.

Nota: Olsen, 2016.

El show contó con un estimado de 200 personas que trabajaron para preparar comidas para tres áreas diferentes: la VIP pre-party (500 personas) y afterparty (750 personas); personas alojadas en 166 suites en el nivel Premium y la tripulación (800 a 1.000 personas) y los músicos que comen entre bastidores.



Figura 20: Exhibición de los alimentos ofrecidos en la ceremonia de los Grammy 2016.

Nota: Olsen / Getty Images, 2016

Como todo evento de gran prestigio y magnitud, la preparación comenzó una semana antes de los Grammy, un período durante el cual el equipo de la cocina comenzó a ensamblar artículos menos perecederos inmediatamente, como por ejemplo, las carnes cocidas al horno completamente cocinadas.



Figura 21: Exhibición de las bebidas ofrecidas en la ceremonia de los Grammy 2016.

Nota: Olsen, 2016.

3.1.6.2 Selección del comité de logística.

El comité de logística está representado por quienes se encargan de diseñar los boletos para la premiación, organizar la alfombra roja de los Grammy, organizar la decoración del escenario temático de la premiación, quienes se encargan del sonido y audio, entre otros. Respecto a la alfombra roja también los organizadores se aseguran que los nominados tengan su momento delante de las cámaras sin estancamiento de estrellas. La coordinadora de la Alfombra Roja, Sara Labb, es sólo una de un verdadero ejército de profesionales de la tripulación de Grammy que hacen que los premios funcionen debidamente y sigan siendo uno de los eventos más vistos en el mundo.

El evento cuenta con su propio equipo, encargado de ambientar el lugar, preparar el vestuario y salones que se utilizan en el show. (Figura 22).



Figura 22: La coordinadora de la alfombra roja de los Grammy Sara Labb, en la alfombra roja frente al Staples Center.

Nota: Melcon, 2016.

Para que la Alfombra Roja esté en óptimas condiciones, antes y durante el evento, el asistente de producción Spencer Knox , de 28 años, prepara el área con más de 17 lámparas tipo candelabros que subirán por encima de la Alfombra Roja a unos 520 pies de largo aproximadamente. (Figura 23).



Figura 23: El asistente de producción Spencer Knox en los premios Grammy 2016.

Nota: Melcon, 2016.

Un aspecto importante son los boletos de los Grammy. Estos están creados para dar igualdad de acceso. En esta edición fue Adrián Díaz el director de la venta de entradas para los premios y supervisor de todos los asuntos relacionados con conocimientos sobre qué boleto significa que una persona se sentará cerca del escenario y qué boleto significa que personas estarán ubicadas en el equivalente a los grados de los Grammy. (Figura 24).



Figura 24: Adrián Díaz, director de la venta de entradas para los premios Grammy.

Nota: Melcon / Los Angeles Time / 2016.

En síntesis, como toda presentación o evento de gran magnitud se debe tomar en cuenta un excelente comité de logística que planifique, organice y controle excelentemente todas las pautas del plan del evento antes, durante y después del mismo. No cabe duda que, el buen manejo de los elementos de este proceso asegura que los actos del espectáculo se lleven a cabo según las necesidades de dicho evento de principio a fin.

Para los Grammy del 2016, se contó con la presencia de un grupo de grandes organizadores como el de la productora de talentos Chantel Sausedo y los miembros de su equipo que aseguraron que el espectáculo funcionara debidamente ese día. (Figura 25).



Figura 25: La productora de talento para los Grammy Awards Chantel Sausedo con los miembros de su equipo dentro del Staples Center.

Nota: Melcon, 2016.

El vestuario de las estrellas sin duda es uno de los aspectos más importantes en este tipo de gala, por eso los artistas, miembros de la academia y los invitados resaltan los unos de los otros. Y es que la vestimenta forma un factor clave el día del evento, las casas de marcas diseñadoras más importantes y famosas de ropa se disputan para vestir a los artistas. Los medios de comunicación del arte y el espectáculo, así como también los críticos de la moda no son la excepción. Estos medios también se dedican a dar un veredicto de cuál fue la celebridad o artista que mejor vistió en la gala y quien fue la que menor impacto causó en la misma.

Durante el show existe alguien que se encarga de organizar y coordinar la hospitalidad entre bastidores, en particular vestuarios, salas verdes, escenarios y más, para eventos en vivo y shows de premiación. En este caso Jasmine McAtee es la coordinadora del vestuario de Grammys, cabe destacar que es un gran trabajo considerando que hay 80 vestuarios usados por intérpretes, bailarines y músicos. (Figura 26).



Figura 26: La coordinadora del vestuario Jasmine McAtee en uno de los camerinos de los premios Grammy 2016.

Nota: Melcon , 2016.

Antes de comenzar el show el piso del escenario debe contar con las condiciones necesarias para dar comienzo a la ceremonia. Se necesita un equipo de trabajadores en el departamento de apoyo para mover, colocar y retirar el piso del escenario y esta es solo una de las muchas configuraciones necesarias durante el la premiación. Los Grammys cuentan con un equipo que trabaja en la preparación del piso del escenario que se utiliza durante todas las actuaciones en los Grammy. (Figura 27).



Figura 27: Miembros del equipo técnico de los Grammy.

Nota: Melcon, 2016.

La comunicación detrás de los Grammy debe ser precisa y funcionar excelentemente para obtener los logros deseados. En este caso, la armonía y la buena comunicación es el reflejo de una buena coordinación. Para ello el equipo Grammy se encarga conseguir la óptica correcta y durante el evento tiene que funcionar todo sin problemas, por lo que el trabajo del señor Jon Zucino, se centra principalmente en la instalación de líneas de fibra óptica, que son cruciales durante las presentaciones de la ceremonia. (Figura 28).



Figura 28: Jon Zucino encargado de la fibra óptica en los premios Grammy 2016.

Nota: Melcon , 2016.

Antes de que las estrellas de la música realicen su presentación, los asistentes de audio en esta edición, Pete San Filipo y Damon Andrés, con el técnico de línea trasera Ben Fenton, tendrán todo el equipo de música instalado correctamente, siendo esta una de las tantas configuraciones de los Grammy. El equipo de verificación de engranajes prepara el equipo de audio y sonido, y comprueban los micrófonos en un elevador de tambor utilizado por algunos cantantes durante el show, además de verificar el buen funcionamiento de todos los instrumentos a utilizar. En la siguiente figura se puede apreciar lo que es la parte de verificación del sonido de los premios Grammys 2016.(Figura 29).



Figura 29: Equipo de verificación de engranajes en los Grammy 2016.

Nota: Melcon ,2016.

El trabajo no solo se basa en verificar y comprobar que el audio y sonido estén instalados correctamente, también se debe tomar en cuenta el óptimo estado de los instrumentos musicales, como por ejemplo, el de la guitarra adecuada para los diferentes artistas. Para esto el equipo cuenta con un supervisor musical de Grammy, llamado Johnny Lord, que se encarga de mantener las cosas organizadas dentro de la sala de coordinación musical del Staples Center durante la premiación. (Figura 30).



Figura 30: Johnny Lord, supervisor musical de los premios Grammy 2016.

Nota: Melcon ,2016.

Por último, pero no menos importante respecto a los miembros del equipo de la ceremonia de los Grammy, se encuentran las presentadoras del trofeo que en esta ocasión estuvieron a cargo por Jennifer Lee y Kyna Treacy, quienes se desplazaron para otorgar el premio a los anunciadores de los ganadores. (Figura 31).



Figura 31: Presentadoras de trofeos para los premios Grammy 2016.
Nota: Melcon , 2016.

3.1.6.3 Conformación de la comisión de seguridad de los votos.

Para el proceso de votación de los premios Grammy, la academia de la grabación contrata los servicios de la empresa Deloitte Touche Tohmatsu Limited (también llamada Deloitte), que es la Firma privada número uno de servicios profesionales del mundo y una de las más importantes de las llamadas Cuatro Grandes Auditoras junto a Price Wáter House Coopers, Ernst & Young, y KPMG. Desde que fue fundada en 1845, se ha encargado de velar en que todo el proceso de votación se realice de manera independiente y de forma transparente para resguardar los votos. (Figura 32).



Figura 32: Logo de la firma privada de auditores de los votos de los Grammy.

Nota: Deloitte Touche Tohmatsu Limited, 2016.

3.1.6.4 Conformación del comité de seguridad del evento.

Con respecto a la seguridad de los Grammys, la academia de la grabación solicita los servicios de la compañía American Security Force, la cual es una organización de guardias de seguridad comprometida a proporcionar una lista completa de servicios de seguridad para satisfacer las necesidades únicas de cada cliente. El personal está capacitado y cada uno de ellos posee los conocimientos y experiencia necesaria para mantener la calma y controlar cualquier situación adversa de principio a fin, que se pueda presentar y que pueda de alguna u otra forma alterar el desarrollo del evento, teniendo como finalidad principal proteger a sus clientes. (Figura 33).



Figura 33: Logo de la empresa American Security Force encargada de brindar seguridad en los Grammy.

Nota: American security force , 2017.

3.1.7 Detallar el programa de actividades.

La Academia de la Grabación en la 58 edición de los premios Grammy, se basó en un cronograma de actividades que se organizó de la siguiente manera:

El plazo para votar y determinar quiénes serían los nominados en cada categoría se llevó a cabo por un proceso de elegibilidad que comprendió desde el 1 de octubre de 2014 al 30 de septiembre de 2015. Luego, de todo el mencionado proceso la Academia anunció la lista de nominados de la 58 edición anual los primeros siete días de diciembre.

Posterior a este acontecimiento, se realizó la tradicional fiesta Pre-Grammy encabezada por el productor musical, fundador de la compañía Arista Records y miembro del Salón de la Fama del Rock Clive Davis. (Figura 34).



Figura 34: Pharrell Williams y Clive Davis, fundador de la compañía Arista Records y miembro del Salón de la Fama del Rock Clive, durante el Pre-Grammy.

Nota: Billboard ,2016.

Es necesario resaltar que, los resultados determinados por los miembros votantes, se dan a conocer por primera vez durante la ceremonia de los premios y es la única manera de saber quiénes son los ganadores.

La celebración se llevó a cabo el domingo 14 de febrero en el Hotel Beverly Hilton en Beverly Hills, California. Muchas Estrellas de la música estuvieron presentes. Algunas de ellas fueron: Blake Shelton, Gwen Stefani, James Bay, Keke Palmer, Meghan Trainor, Tori Kelly, Zayn Malik y Harry Styles. El día siguiente se realizó la premiación de los ganadores del Grammy 2016. A continuación se detalla el cronograma del evento.

3.1.8 Desarrollo del evento.

08:02p.m. Taylor Swift abrió la ceremonia con su tema “Out Of the Woods”. (Figura 35).



Figura 35. Taylor Swift en los Grammy 2016.

Nota: Billboard / 2016.

08:07 p.m. El presentador LL Cool J dio la bienvenida a los Grammy, 2016. (Figura 36).



Figura 36: El presentador de los Grammy 2016 dando el discurso de bienvenida al evento.

Nota: Hollywood Reporter , 2016.

08:10 p.m. Ice Cube Presentó el primer premio Grammy de la noche Mejor Álbum de Rap, ganado por Kendrick Lamar, por “To Pimp A Butterfly”.

08:15 p.m. Se presentaron Carrie Underwood y Sam Hunt e interpretaron las canciones “Heart Beat” y “Take Your Time” en una colaboración de ambos artistas.

08:20 p.m. Sale a escenario Ariana Grande para presentar a The Weeknd, la cual interpretó sus canciones “Can’t Feel My Face” y “In The Night”.

08:26 p.m. Selena Gómez anunció la presentación de Ellie Goulding en colaboración con Andra Day. Ambas interpretaron las canciones “Love Me Like You Do” y “Rise Up”.

8:33 p.m. Gary Sinise y Cam, presentaron el premio a Mejor Álbum de Country, ganado por Chris Stapleton, por “Traveller”.

08:39 p.m. LL Cool J junto a James Corden anunciaron la presentación de Demi Lovato, Luke Bryen, Meghan Trainor, Tyrese Gibson y Jhon Leyend

para cantar en honor al icono de la música Lionel Richie, quien se unió a los cantantes en el escenario.

08:42 p.m. Ryan Seacrest, actual presidente Honorario del Consejo de la Fundación Grammy, salió a escena y presentó al grupo vocal Little Big Town, la cual interpretaron su éxito musical “Girl Crush”.

08:47 p.m. Salió al escenario Stevie Wonder que, en colaboración con el grupo de música (acapella) Pentatonix, rindieron tributo mundial a Mauricio White y también anunciaron a los nominados a la mejor canción del año, ganado por Edd Sheeran, por su éxito “Thinking Out Loud”. (Figura 37).



Figura 37: Stevie Wonder y Pentatonix rindiendo tributo a Mauricio White durante los Grammy 2016.

Nota: The Recording Academy , 2016.

08:54 p.m. Se presentaron en el escenario la banda de Country Rock y Folk Rock, The Eagles junto a Jackson Browne para rendir tributo a Glenn Frey con el tema “Take It Easy”.

09:02 p.m. Anna Kendrick anunció la presentación de Tori Kelly en dueto con James Bay para interpretar las canciones “Hollow” y “Let It Go”.

09:09 p.m. LL Cool J anunció una presentación en vivo desde el teatro musical de Broadway Richard Rodgers, donde los miembros de reparto del mismo realizaron una obra musical acerca de Alexander Hamilton.

09:15 El actor Don Cheadle anunció la toma de escenario por Kendrick Lamar, quien cantó sus canciones “The Blacker The Berry”, “Alright” y luego un estilo libre de su Rap.

09:22 p.m. Seth Mcfarlane presentó el premio a Mejor Álbum de Teatro Musical, ganado por Hamilton Cast.

09:26 p.m. Durante el receso comercial se presentó Gwen Stefani, quien hizo la realización de su video “Make Me Like You” por primera vez en vivo y en directo desde los Grammy y todo esto fue patrocinado por la corporación Target.

09:32 p.m. El cantante Miguel interpretó “She’s Out Of My Life”, de Michael Jackson para rendir homenaje al rey del Pop y seguido a esto anunció los nominados a Mejor Actuación de Rock, ganado por Alabama Shakes, por “Don’t Wanna Fight”. (Figura 38).



Figura 38: Miguel en homenaje al Rey de Pop Michael Jackson durante los Grammy 2016.

Nota: The Recording Academy ,2016.

09:38 p.m. Salió a escena Bruno Mars para presentar la actuación de la Cantante Inglesa Adele, la cual interpreto “All I Ask”.

09:43 p.m. Kaley Cuoco anunció la presentación de Justin Bieber, Diplo y Skrillex, quienes en colaboración, interpretaron las canciones “Love Yourself” y “Where Are You Now”.

09:49 p.m. Sam Smith anunció el premio a Mejor Artista Nuevo, ganado por Meghan Trainor. (Figura 39).



Figura 39: Meghan Trainor recibiendo el premio a Mejor Artista Nuevo durante los Grammy 2016.

Nota: The Recording Academy , 2016.

09:56 p.m. Edd Sheeran anunció la tan esperada actuación de la noche de Lady Gaga, quien rindió tributo al reciente fallecido artista e icono de la música David Bowie, interpretando sus mayores éxitos, como: “Life on Mars”, “Space Oddity”, “Changes”, entre otros.(Figura 40)



Figura 40: Lady Gaga rindiendo tributo a David Bowie durante los Grammy 2016.

Nota: The Recording Academy ,2016.

10:02 p.m. La 10 veces ganadora del Grammy, Bonnie Raitt, anunció el premio a Perfeccionamiento de por Vida, otorgado a la reina del R&B, Ruth Brown. Luego, presentó al ganador del Grammy, Chris Stapleton, quien rindió un homenaje al Rey Del Blues “B.B. King”, interpretando el éxito “The Thrill Is Gone” junto al guitarrista Gary Clark Jr. y la misma Bonnie Raitt.

10:08 p.m. LL Cool J presentó a los ganadores del Grammy Alabama Shakes, que interpretaron su éxito “Don’t Wanna Fight”.

10:13 p.m. Dave Grohl líder de la banda Foo Fighters, anunció la presentación de The Hollivood Vampires, integrada por Alice Cooper, Johnny Depp y Joe Perry, rindiéndole tributo al líder vocalista de la banda de Heavy Metal, Motörhead, Lemmy Kilmister.

10:18 p.m. El Ceo y Presidente de la Academia de la Grabación Neil Portnow junto al rapero Common presentaron al pianista y niño prodigio Joey Alexander.

10:23 p.m. Verdine White, Phillip Bailey y Ralph Johnson anunciaron los nominados a Álbum Del Año, Ganado por Taylor Swift, por 1989. (Figura 41).

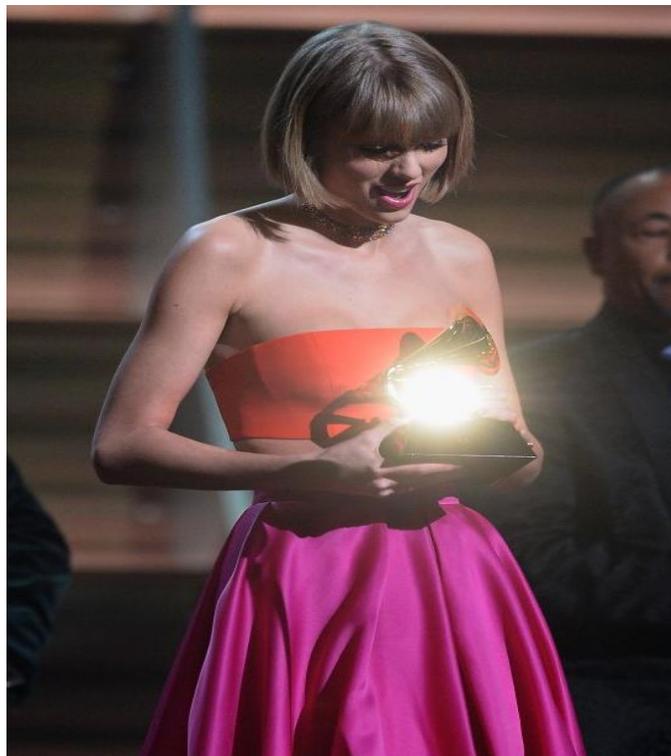


Figura 41: Taylor Swift recibiendo el premio a Mejor Álbum del Año en los Grammy 2016.

Nota: The Recording Academy, 2016.

10:29 p.m. Beyoncé anunció los nominados a Grabación del Año, ganado por Mark Robson en colaboración con Bruno Mars, por “Uptown Funk”. (Figura 42).



Figura 42: Beyoncé entregando el premio a Grabación Del Año, ganado por Mark Robson en colaboración con Bruno Mars, por “Uptown Funk”.

Nota: The Recording Academy ,2016.

10:35 p.m. LL Cool J anuncio la última presentación y cierre de la premiación, la cual estuvo representada por el cantante Pitbull, el baterista de Blink 182 Travis Barker, el guitarrista de Hard Rock Joey Perry y Robin Thicke. Pitbull interpretó su canción “El Taxi”, la cual hacía referencia a la actriz Sofía Vergara que a su vez estuvo en el escenario junto al cantante. Luego, Pitbull realizó una colaboración en el escenario con los artistas mencionados. (Figura 43).



Figura 43: Cierre de ceremonia con la canción “El Taxi” por Pitbull.

Nota: The Recording Academy ,2016.

3.1.9 Cierre de la ceremonia.

Después de dar por finalizado la premiación de los Grammys 2016, 750 personas entre ellos: artistas, músicos, presentadores e invitados, disfrutaron y bebieron en una íntima suite llena de aroma dentro del Staples Center VIP, la cual fue un delicioso menú creado por el chef Martin y su equipo. El menú contó con al menos 6.900 piezas de sushi, 1.200 ostras, 1.105 libras de pollo, 990 libras de lomo, 640 libras de camarones U-10, 1.800 piezas de postre y 350 libras de atún. (Figura 44).



Figura 44: Parte del Menú elaborado por el Chef Joseph Martin y su equipo de trabajo en los Grammy 2016.

Nota: Getty Images, 2016.

3.1.10 Desmontaje del evento.

Al terminar la celebración de los premios Grammy, se inicia el desmontaje de todo lo que serían, los equipos audio-visuales, sonido, símbolos, mobiliarios, arreglos y toda la decoración temática del evento. (Figura 45).



Figura 45: Desmontaje de la alfombra roja de los Grammy 2016.

Nota: The Recording Academy ,2016.

3.1.11 Presentación de la memoria y cuenta.

Se realizó un envío de cartas agradeciendo a patrocinantes, colaboradores y a todo el personal que apoyo de principio a fin la ceremonia.

La memoria y cuenta fue elaborada por el comité organizador para La Academia Nacional de Artes y Ciencias de la Grabación, esta incluyó la historia de lo realizado en la ceremonia de entrega de premios Grammy 2016, mostrando los detalles más importantes de la ceremonia.

Con base en lo anterior, se extrae que, las etapas desarrolladas durante la planificación y organización en los Grammy se resumen, tal como se presentan en las fig. 46,47 y 48 que se muestran a continuación:

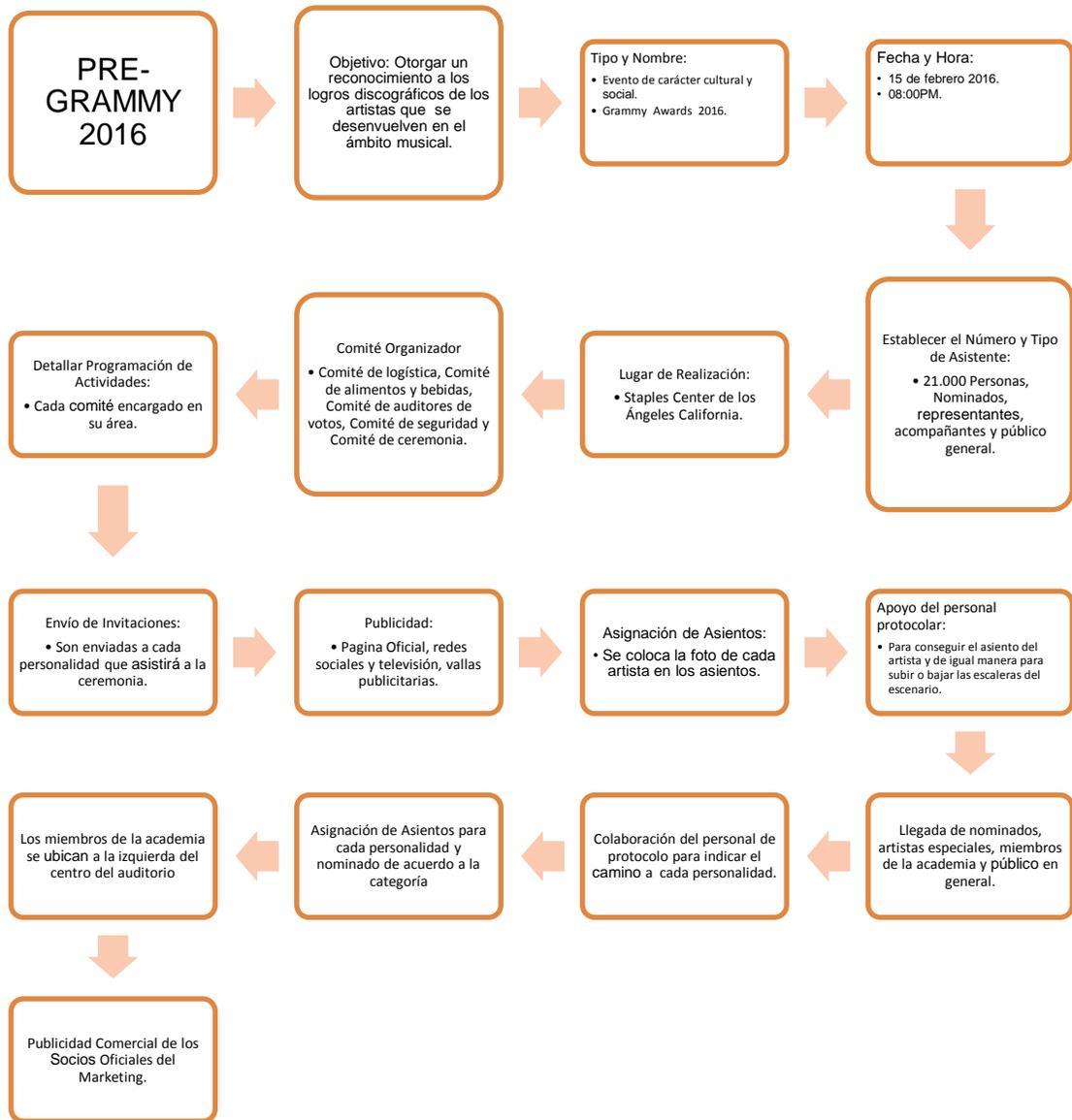


Figura 46: Pasos del Pre-Evento.
 Nota: Elaboración propia, 2017.

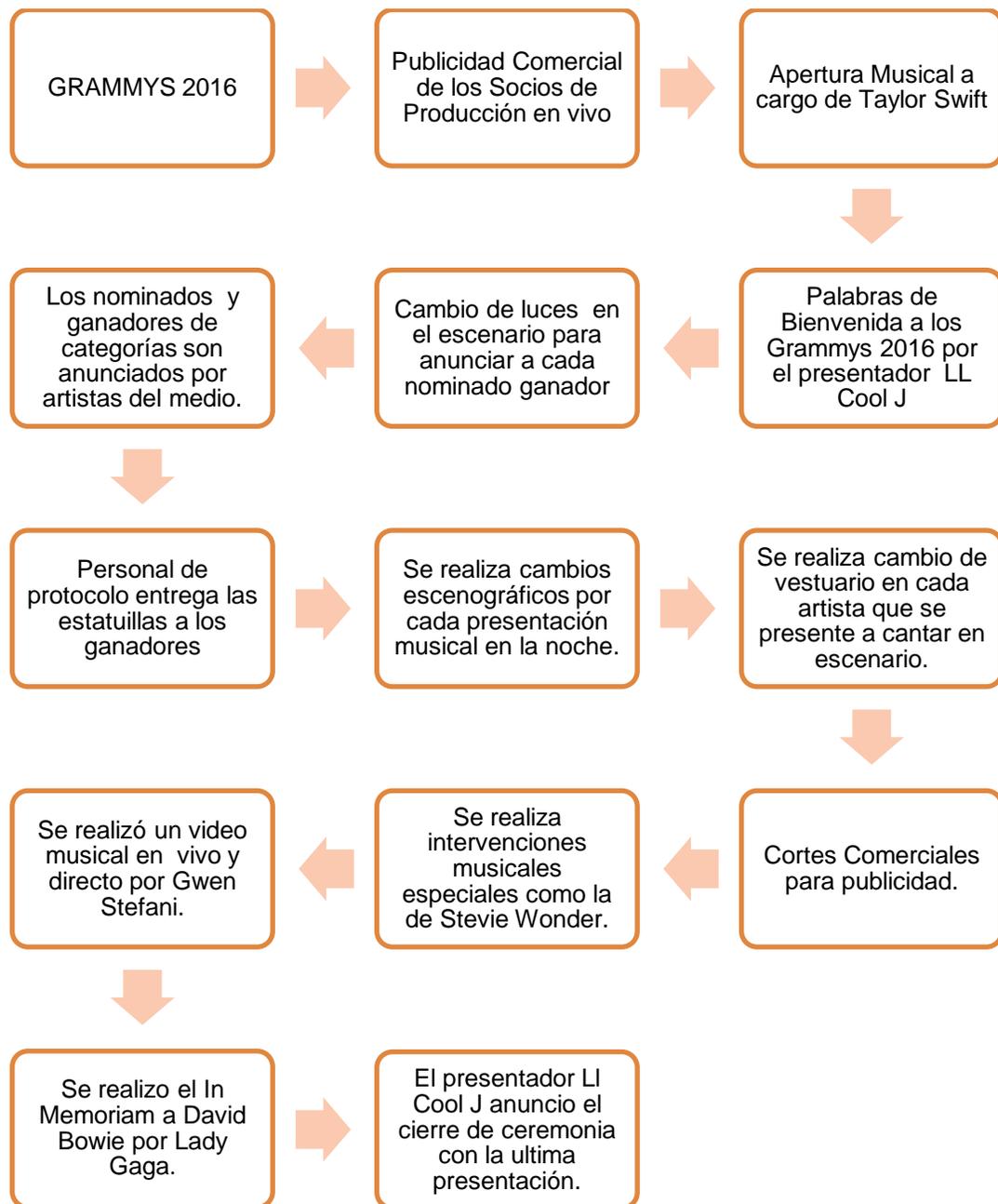


Figura 47: Pasos del Evento.

Nota: Elaboración Propia, 2017.

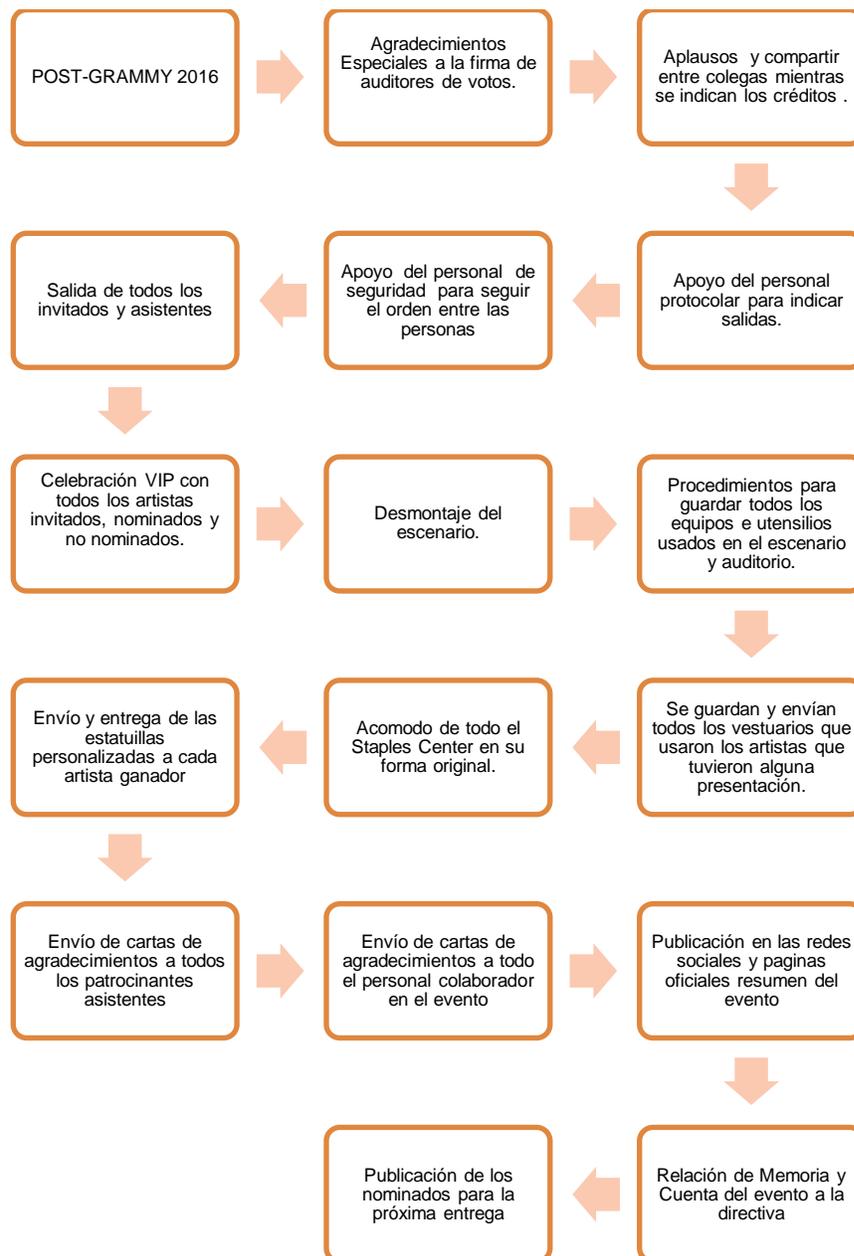


Figura 48: Pasos del Post-Evento.

Nota: Elaboración propia, 2017.

3.2 Principios y criterios universales de protocolo aplicados en los Premios Grammy 2016.

3.2.1 La Precedencia.

Los participantes de los premios Grammy se ubican de acuerdo a si se encuentran nominados a una, varias categorías o ninguna. Se ubicarán en las primeras filas los que se encuentren nominados a las diferentes categorías de la premiación, buscando con esto recortar el tiempo de caminata del seleccionado o seleccionada hasta la tarima donde se le hace entrega del Grammy. Seguidamente, detrás de los nominados, son ocupados los puestos, por quienes no hayan logrado entrar a las categorías y después de estos a aquellas personalidades de relleno, en caso tal que sea necesario. (Figura 49).



Figura 49: Asientos asignados para los artistas con fotos en los Grammy 2016.

Nota: Getty Images, 2016.

3.2.2 Del Invitado de Honor.

Existe una ceremonia especial para honrar las vidas y carreras de los artistas con un talento único que han hecho impresiones indelebles y contribuciones para el mundo de la música. Este año los destinatarios de los premios honoríficos de la academia de la Grabación fueron: David Bowie, Lionel Richie, Ruth Brown, Alexander Hamilton, Glenn Frey, Mauricio White y Lemmy Kilmister. (Figura 50).



Figura 50: Lionel Richie homenajeado de la noche de los Grammy 2016.

Nota: Fuse, 2016.

3.2.3 Representatividad.

En la ceremonia de los premios Grammy, no se distingue un presídium como tal, el criterio de la representatividad se expresa en que las personalidades que asisten junto con los que dirigen el acto reflejan la naturaleza del evento. (Figura 51).



Figura 51: Vista central de la ceremonia de los Grammy 2016 en el Staples Center.

Nota: Getty Images , 2016.

3.2.4 El Dueño de casa.

La Academia Nacional de Artes y Ciencias de la Grabación siempre ha tomado protagonismo principal en esta ceremonia, por lo tanto es la anfitriona oficial del evento y actualmente se encuentra presidida por Neil Portnow. (Figura 52).



Figura 52: Neil Portnow, actual presidente de la Academia Nacional de Artes y Ciencias de la Grabación.

Nota: Billboard, 2017.

3.2.5 Del comienzo y fin de la actividad.

La ceremonia de los Grammys no posee un himno que represente la misma. Es usual que antes del monólogo del conductor se haga una apertura con el artista que más ha sido exitoso ese mismo año. Luego de la apertura musical con el artista del momento, la gala comienza con el monólogo del conductor del acto (LL Cool J). Para finalizar, cierra la ceremonia después de entregar el Grammy a Grabación del año seguido a esto la última presentación musical de la noche.

3.2.6 Del Conductor del Acto (Maestro de Ceremonia-Moderador-Intérprete).

Para cada edición se elige un conductor del acto, para el 2016 por segunda vez, fue escogido el rapero y actor LL Cool J, quien posee un tono de voz adecuado, se expresa correctamente y le pone un poco de humor a la ceremonia para hacerla más agradable y que mejor que un artista de la música para conducir un show como este que su principal motivo es dar merito a los logros musicales. (Figura 53).



Figura 53: El presentador de la ceremonia Grammy 2016 LL Cool J.

Nota: CBS Interactive, 2017.

3.2.7 La Autonomía Corporativa.

El principio de autonomía se da en esta organización, debido a que posee su propio reglamento y normas que lo rigen. Ejemplo de la autonomía corporativa de La Academia Nacional de Artes y Ciencias de la Grabación es que se puede aplaudir en todo momento, menos cuando se reproduzca el video “In Memoriam”, el cual hace memoria de todos los artistas fallecidos en ese año, se encuentra establecida de esta manera para evitar comparaciones entre ellos. Solo se puede aplaudir una vez esté terminado el mismo. La gala del 2016 ofreció tres homenajes. Lady Gaga recordó a David Bowie, recientemente desaparecido. Ese segmento contó con la dirección musical de Nile Rodgers. Además, Chris Stapleton, Gary Clark Jr. y Bonnie Raitt rindieron tributo la leyenda del blues B.B. King. Por último, miembros de Eagles y colaboradores de la banda como Don Henley, Bernie Leadon, Timothy B. Schmit y Joe Walsh recordaron junto a Jackson Browne la figura de Glenn Frey, interpretando varios éxitos de su discografía.(Figura 54).



Figura 54: Chris Stapleton, Gary Clark Jr. y Bonnie Raitt en tributo a la leyenda del blues B.B. King en los Grammy 2016.

Nota: Getty Images, 2016.

3.2.8 La Puntualidad.

Para asegurarse que todos los invitados a los premios estén a la hora pautada se prepara una antesala, previa al evento de los Grammys la cual consiste en ubicar una alfombra roja en la parte externa del Staples Center, donde los artistas asisten sin falta para que la prensa, fotógrafos y demás entrevistadores habilitados les hagan una serie de preguntas como "Who are you wearing?" (¿De quién vas vestida/o?), y les tomen todas las fotos posibles. Actualmente la antesala de la Alfombra Roja cuenta con la mejor tecnología en cuanto a cámaras en alta definición, incluso el fabricante de los premios introdujo una cámara en los galardones dobles que se utilizaron durante la premiación del año 2016. (Figura 55).



Figura 55: Meghan Trainor en la Alfombra Roja de los Grammy 2016.

Nota: Getty Images, 2016.

De haber un retraso por parte de alguno de invitados se tienen previamente escogidas personas a las cuales eligen por una buena

presencia, vestido, maquillaje y peinado que esté a la altura del evento pero que tampoco estén demasiado elaborados para que no opaquen a las verdaderas estrellas de la noche.

3.2.9 De las Invitaciones.

La invitación es sobria, de colores negro, gris, blanco y dorado, posee el nombre y símbolo de la institución. Abajo en la misma el día de la gala, la premier de los Grammys, la hora de la ceremonia en vivo y por último la celebración oficial de la fiesta después de los premios. Debido a lo exclusivo del evento muy poco se conoce del contenido de la tarjeta, ni el tiempo de antelación con el que es enviada. (Figura 56).

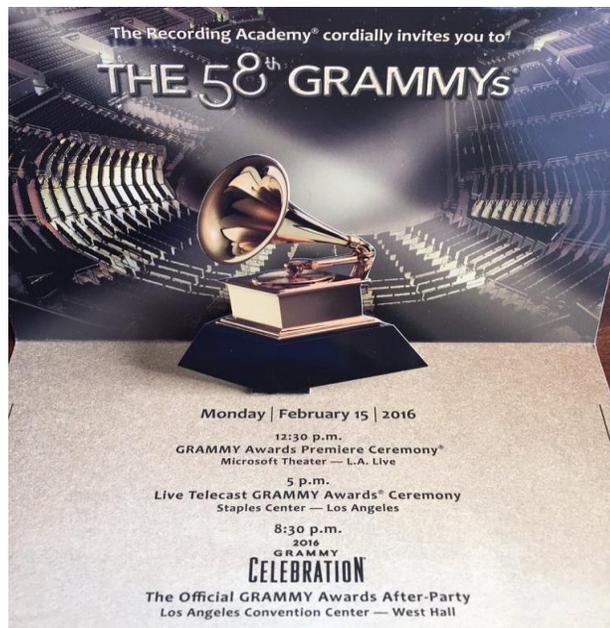


Figura 56: Invitación de los premios Grammy 2016.

Nota: K Squared Music, LLC / 2016.

3.3 Elementos protocolares aplicados en los Premios Grammys 2016.

3.3.1 El podio.

El podio se encuentra integrado por un micrófono inalámbrico sostenido por un trípode el cual es utilizado por todas aquellas personalidades que tengan orden de palabra en la ceremonia. En cuanto al

conductor del acto (LL Cool J) no posee un podio como tal, sino que tiene un micrófono inalámbrico integrado en el lugar más idóneo de su traje para el adecuado registro del audio, y de esta manera movilizarse con facilidad por todo el escenario dirigiéndose a todas las personalidades del evento. (Figura 57).



Figura 57: Beyoncé durante los Grammy 2016.

Nota: Getty Images, 2016.

3.3.2 Los planos protocolares.

A continuación se describe brevemente los elementos contenidos en el croquis del recinto Staples Center respecto al orden y ubicación de las personas y demás elementos de apoyo logístico y protocolar.

El podio se encontraba en el escenario.

La zona morada: allí se encontraban ubicados los nominados a las diferentes categorías, entre ellos estaban los artistas, productores, escritores, músicos, familiares, entre otros.

La zona rosada: estaba ocupada por el presidente de la Academia y algunos miembros de la Academia.

La zona anaranjada: la ocupaban los otros artistas, actores, productores, vestuaristas, escenógrafos, escritores, músicos, familiares, entre otros que no hayan sido nominados a las diferentes categorías.

La zona roja: estuvo ocupada por invitados, colaboradores de la Academia y algunas personas de relleno.

La zona amarilla: allí se ubicaron otras celebridades de la música invitadas de otros países.

La zona azul: se encontraba ocupada por otros artistas músicos y de cine y televisión.

La zona verde: o zona V.I.P., estuvo ocupada por celebridades y fue donde se desarrolló la degustación de Alimentos y Bebidas por motivo de cierre de la ceremonia. En el plano también se puede observar que, las suites del recinto están ubicadas detrás del escenario, la cual está representada por el color gris oscuro. (Figura 58).



- Escenario.
- Presidente y algunos miembros de la Academia Nacional de Artes y Ciencias de la Grabación.
- Artistas nominados a las diferentes categorías. También productores, actores, vestuaristas, escenógrafos, escritores, músicos.
- Artistas que no se encontraron nominados a las diferentes categorías. Invitados, colaboradores y público de relleno.
- Invitados.
- Invitados. (Asientos de Oro).
- Invitados. (Asientos de Plata).
- Mezzaninas.

Figura 58: Plano protocolar del Staples Center aplicado a los Grammy 2016.

Nota: Elaboración propia, 2017.

3.3.3 El programa.

En la ceremonia de los premios Grammy 2016 no se observó una programación o un guion físico como evidencia. La información que se muestra a continuación fue recopilada a través de documentos y medios audiovisuales que permitieron estructurar de manera aproximada lo que fue la programación del evento.

- Inicio de la ceremonia.
- Premio a Mejor Álbum de Rap.

- Presentación de Carrie Underwood y Sam Hunt.
- Presentación de The Weeknd.
- Presentación de Andra Day y Ellie Goulding.
- Premio a Mejor Álbum Country.
- Homenaje a Lionel Richie.
- Presentación de Little Big Town.
- Premio a Canción del Año.
- Tributo a Glenn Frey.
- Presentación de Tori Kelly y James Bay.
- Presentación del musical Hamilton.
- Presentación de Kendrick Lamar.
- Premio a Mejor Álbum de Teatro Musical.
- Realización del video en vivo de Gwen Stefani.
- Premio a Mejor Actuación de Rock.
- Presentación de Adele.
- Presentación de Justin Bieber, Skrillex y Diplo.
- Premio a Mejor Artista Nuevo.
- Tributo a David Bowie.
- Premio a la Trayectoria de Vida y tributo a B.B. King.
- Presentación de Alabama Shakes.
- Tributo a Lemmy Kilmister.
- Presentación del Pianista y niño prodigio Joey Alexander.
- Premio a Mejor Álbum del Año.
- Premio a Record del Año.
- Cierre de la Ceremonia con la presentación de Pitbull, Travis Barker y Robin Thicke.

3.3.4 Símbolos patrios- institucionales.

El Símbolo institucional que posee la Academia Nacional de Artes y Ciencias de la Grabación, es la figura de un Gramófono antiguo sobre una base. Este se encontró ubicado recubriendo cada espacio de la parte trasera del escenario del Staples Center. El símbolo de la Academia se situó en el centro de la primera cara de las invitaciones. (Figuras 59 y 60).



Figura 59: Símbolo Institucional de The Recording Academy para la ceremonia 2016.

Nota: The Recording Academy, 2017

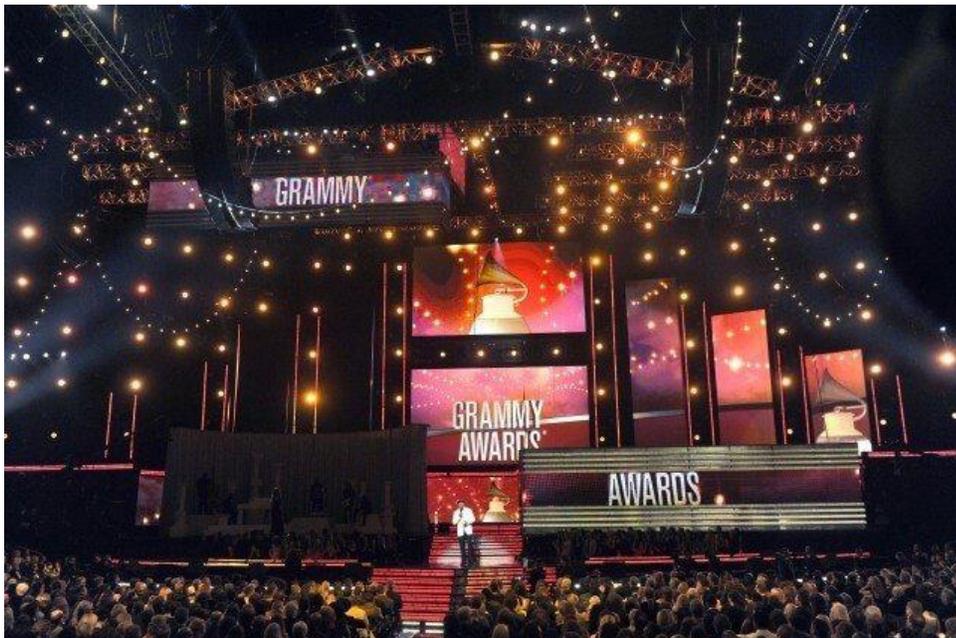


Figura 60: Símbolos institucionales de la Academia Nacional de Artes y Ciencias de la Grabación durante la ceremonia del 2016.

Nota: JOYA LIFE S.A., 2017.

3.3.5 El traje académico.

En este tipo de evento no aplica el uso del traje académico, pero existe un código de vestimenta caracterizada por el uso del smoking y el traje largo. Los artistas se lucen en la ceremonia vestidos de las casa diseñadoras más famosas y prestigiosas de la industria de la moda en el mundo.

3.3.6 El Vocativo.

El saludo inicial que se muestra en la ceremonia de Grammys es el siguiente:

“En vivo desde el Staples Center de Los Ángeles y sus alrededores, estos son los Grammy. Damas y caballeros por favor demos la bienvenida a nuestro conductor LL Cool J”.

La voz en Off o voz superpuesta (es una técnica de producción donde se retransmite la voz de un individuo que no está visualmente delante de la cámara durante la producción de televisión, esta se utiliza en radio, cine, teatro, u otras presentaciones) es la encargada de decir el vocativo o saludo inicial antes de que salga en escena el conductor del acto.

3.3.7 Los salones VIP.

El Staples Center para los Grammy del 2016, contó con lugares V.I.P's, la cual estuvieron ubicados en las Mezzaninas del recinto, ocupadas por celebridades, fue donde se desarrolló la degustación de Alimentos y Bebidas por motivo de cierre de la ceremonia. También, las suites del recinto que se encontraron ubicadas detrás del escenario fueron lugares especiales para invitados de honor y artistas de otros países.

3.3.8 Los distintivos.

Los distintivos los poseen en la ceremonia de entrega de premios la comisión organizadora del evento, los cuales consisten en una lámina blanca de aproximadamente 13 cm de largo por 9 cm de ancho, sostenida con 2 ganchos de metal plateado que la unen a un cordón de color azul de plástico. En esta tarjeta se colocan los datos personales, identificación de la actividad, ocupación y foto. (Figura 61).



Figura 61: Neil Portnow, Ken Ehrlich y Lady Gaga durante la ceremonia de los Grammy del 2015.

Nota: Twitter, 2017.

3.3.9 El guion del maestro de ceremonia.

Durante la ceremonia no se visualiza, por parte del maestro de ceremonia, un guion físico, no obstante, de manera resumida, los principales puntos que conformaron como especie de un gui3n fueron los siguientes:

- Después de Taylor Swift abrir el show, hace entrada el presentador de la noche LL Cool J, la cual realiza un monólogo de 9 minutos y da la bienvenida a la gala.
- Seguido a esto, Ice Cube y O'Shea Jackson Jr. presentaron el Mejor Álbum de Rap.
- Luego salen al escenario Anquan Boldin y Von Miller para presentar a Sam Hunt y Carrie Underwood.
- Después Ariana presentó a The Weeknd.
- Luego salió a escena Selena Gómez y presentó a Ellie Goulding en colaboración con Andra Day.
- Cam y Gary Sinise presentaron Mejor Álbum de Country.
- Luego salieron a escena James Corden y LL Cool J para presentar a Luke Bryan, John Legend, Demi Lovato, Meghan Trainor y Tyrese Gibson.
- Después Ryan Seacrest presentó a Little Big Town.
- Luego el grupo Pentatonix y Stevie Wonder presentaron la Canción del Año.
- Seguido a esto Anna Kendrick presentó a James Bay y Tori Kelly.
- Luego sale a escena Stephen Colbert, la cual presentó a Hamilton.
- Don Cheadle anunció la presentación de Kendrick Lamar
- Luego Seth MacFarlane presentó Mejor Álbum de Teatro Musical
- Después hace entrada Miguel para presentar Mejor Interpretación Rock.
- Bruno Mars anunció la presentación de Adele.
- Seguido a esto, Kaley Cuoco presentó a Justin Bieber, Diplo, y a Skrillex.
- luego Sam Smith presentó Mejor Artista Nuevo.
- Ed Sheeran hace entrada para presentar a Lady Gaga.

- Luego Bonnie Raitt presentó a Gary Clark, Jr. y Chris Stapleton.
- Sale al escenario LL Cool J para dar inicio a la presentación de Alabama Shakes.
- Después Dave Grohl presentó a los vampiros de Hollywood.
- Luego Common y Neil Portnow presentaron a Joey Alexander y hablaron sobre el streaming de música y varias iniciativas NARAS.
- Seguido a esto la banda Earth, Wind & Fire presentaron Álbum del Año
- Para finalizar salió a escena Beyoncé para presentar el premio a Récord del Año.
- Después de anunciar el último premio, Pitbull, Travis Barker y Robin Thicke, realizaron una colaboración musical como parte del cierre de la gala.

3.3.10 Utensilios de apoyo logístico y ambientación.

En la ceremonia de los premios Grammy del 2016, se pudo observar una decoración muy formal, donde predominó el uso de la tecnología más avanzada y la espectacular iluminación ambientada a los premios. La compañía de tecnología Intel estuvo a cargo del montaje de los equipos tecnológicos y de la mayoría de las presentaciones de los artistas. Para esta edición de los premios la academia junto con Billings crearon algo nunca antes visto. Una cámara de alta definición dentro de los Gramófonos para captar el momento de la entrega y recepción del galardón, así como también la reacción del público.

3.4 Elementos de la etiqueta aplicados en los Premios Grammy 2016.

3.4.1 El vestido.

En el desarrollo del evento de los premios Grammy es común ver que los artistas luzcan trajes de diseñadores reconocidos y por lo tanto se entiende que son de etiqueta y alta costura. Para esta premiación los vestidos en las damas suelen ser de las últimas tendencias en moda y lo más irreverente del momento. Siendo el caso de los artistas que están en ámbito musical se puede observar en este año que la tendencia en las damas su vestuario fue de variados cortes y colores, en los caballeros se expresó la sobriedad que siempre los distingue con colores como el clásico negro y blanco pero siempre con detalles que les acentúa el estilo que los identifica en el género que son especializados.

Por ser la música un hecho de evolución y en constante crecimiento, del mismo modo ocurre con los artistas musicales y al momento de lucir un estilo de vestuario fuera de lo convencional muchas veces atinan de marcar la tendencia en moda en la juventud que retienen por medio de sus canciones y estilos para expresarlas. (Figuras 62- 71).



Figura 62: Meghan Trainor en la Alfombra Roja de los Grammy 2016 con un vestido negro del diseñador Michael Costello.

Nota: E! Entertainment Television, Inc, 2017.



Figura 63: Ana Kendrick en la Alfombra Roja de los Grammys 2016 vistiendo un vestido negro de Emanuel Ungaro.

Nota: E! Entertainment Television, Inc. 2017.



Figura 64: Demi Lovato en la Alfombra Roja de los Grammy 2016 vistiendo un Blazer y Falda Negra de la diseñadora Norisol Ferrari.

Nota: E! Entertainment Television, Inc. 2017.



Figura 65: Adele en la Alfombra Roja de los Grammys 2016 con un vestido de Givenchy.

Nota: E! Entertainment Television, Inc. / 2017.



Figura 66: Selena Gómez en la Alfombra Roja con un elegante vestido de Calvin Klein.

Nota: E! Entertainment Television, Inc. 2017.



Figura 67: Lady Gaga con un extravagante traje del diseñador famoso Marc Jacobs.

Nota: E! Entertainment Television, Inc. / 2017.



Figura 68: Justin Bieber con una camisa y pantalones negros en la Alfombra Roja.

Nota: E! Entertainment Television, Inc. 2017.



Figura 69: Vestimenta semi-formal de Wiz Khalifa con traje de Thom Browne y zapatos blancos de Converse.

Nota: E! Entertainment Television, Inc. 2017.



Figura 70: LL Cool J con un Traje de Armani de color negro y azul oscuro durante la Alfombra Roja.

Nota: E! Entertainment Television, Inc. / 2017.



Figura 71: El cantante Sam Hunt con traje color rosa Dolce & Gabbana.

Nota: E! Entertainment Television, Inc., 2017.

3.4.2 Peinado

Siendo una gala de tal importancia, los peinados utilizados son propios de la ocasión como siempre con toque de elegancia y estilo en los artistas para marcar tendencia tanto en damas como en caballeros. En el caso de este año, en esta premiación se observaron estilos muy clásicos pero también poco usuales. Las damas llevaron peinados basados en estilos lisos, ondulados, moño, cortes y cambio de colores. Los caballeros también lucieron cambios de colores, rapados, cortes bajos y trenza. (Figuras 72-77).



Figura 72: Tori Kelly, con un peinado de moño y cabello suelto, y Skylar Grey con un moño clásico.

Nota: E! Entertainment Television, Inc, 2017.



Figura 73: Carrie Underwood y Taylor Swift de peinado formal y sencillo con cabello corto en la premiación de los Grammy 2016.

Nota: E! Entertainment Television, Inc, 2017.



Figura 74: Bonnie Mckee con el cabello color rosa en los Grammy 2016.
Nota: E! Entertainment Television, Inc., 2017.



Figura 75: The Weeknd con cabellera original durante los Grammy 2016.
Nota: E! Entertainment Television, Inc., 2017.



Figura 76: Sam Smith con cabello corto en los Grammy 2016.
Nota: E! Entertainment Television, Inc., 2017.



Figura 77: Brian Welch con estilo de peinado Rasta en la ceremonia de los Grammy, 2016

Nota: E! Entertainment Television, Inc., 2017.

3.4.3 Ornamentación.

Haciendo referencia a las joyas utilizadas por los artistas se pudo observar prendas de casas famosas en pedrerías. En cuanto al maquillaje se notó la presencia de tonos suaves pero enfatizados con toques resaltantes en labios con rojos o rosas llamativos, pero siempre dejando en equilibrio el rostro sin verse recargado. En cuanto a la presencia de tatuajes se notaron muy poco, debido a que los caballeros en su totalidad lucieron trajes cerrados que no permitieron la visibilidad de los mismos en las pieles que se saben lucen tatuajes, sin embargo se pudieron filtrar algunos en los cuerpos de los artistas. (Figuras 78- 84).



Figura 78: Wiz Khalifa en la Alfombra Roja de los Grammy 2016.

Nota: E! Entertainment Television, Inc., 2017.



Figura 79: Anoushka Shankar en la Alfombra Roja de los Grammys 2016.

Nota: E! Entertainment Television, Inc., 2017.



Figura 80: Taylor Swift con joyas de Lorraine Schwartz.

Nota: About, Inc., 2017.



Figura 81: Lady Gaga con joyas de Lorraine Schwartz.

Nota: About, Inc., 2017.



Figura 82: Ellie Goulding con joyería de Bulgari en los Grammy 2016.
Nota: About, Inc., 2017.



Figura 83: Carrie Underwood con collar de diamantes diseñado por Johnathon Arndt en los Grammy 2016.
Nota: About, Inc., 2017.



Figura 84: Selena Gómez con argollas de diamantes diseñadas por Norman Silverman en los Grammy 2016.
Nota: About, Inc., 2017.

3.5 Gestión de marketing utilizado en los Premios Grammy 2016.

3.5.1 Marketing cultural en “Los Grammy”.

Tomando en cuenta que, el marketing cultural es una manera de concebir y ejecutar la relación de intercambio y se refiere a la estrategia de dar difusión a los proyectos, identidad e imagen de las organizaciones o instituciones. Esta busca cubrir las necesidades de los consumidores existentes en el mercado cultural.

Es importante destacar que hoy día existen muchas premiaciones que se realizan tanto a nivel nacional como internacional, dando así reconocimiento a todo el talento que se posee en los diferentes medios artísticos, lo cual se da a conocer por los diferentes medios de comunicación, tanto para su promoción como para su visualización y audición.

No obstante la premiación de los Grammy posee un aspecto muy en particular, que los diferencia de los demás, ya que se encarga de evaluar y estudiar todo lo referente al promocional de cada artista, es por ello que uno de los principales logros de la ceremonia es la atención, respeto y admiración que le rinden sus espectadores.

Sin embargo, esta organización se enfoca en ser muy minuciosa a la hora de realizar este tipo de eventualidad, puesto que se enfrenta a diversas culturas, donde se debe tomar en cuenta la variedad de nacionalidades que se presentaran en el espectáculo, ya que ellos serán los espectadores.

3.5.2 Marketing interactivo.

No cabe dudas las redes sociales forman parte del día a día de cada uno de los que hacemos uso de la tecnología, y es por ello, que son muchas las marcas a nivel internacional que están a la espera de la realización de estos premios, dado que aprovechan el momento para realizar ingeniosas campañas de publicidad al ser estas son transmitidas en tiempo real,

esperando alcanzar una gran difusión gracias a la actividad que se registra en las redes sociales, logrando así conocer las críticas del público que estuvo a la espera del tan anhelado espectáculo donde se premian a los mejores de la música.

Uno de los grandes aliados para la transmisión de los premios fue internet, que sirvió como plataforma para la transmisión en vivo de los mismos. Facebook, twitter e Instagram, son el enlace más directo por el cual se difunden las noticias en tiempo real y donde los espectadores hacen sus comentarios tanto positivos como negativos. Algunas de las etiquetas más usadas por los usuarios fueron #GRAMMYs #GrammyAwards #Grammys2016 #RedCarpet2016 logrando ser tendencia en varios países del mundo. (Figura 85).



Figura 85: Taylor Swift junto a George Clinton y Pharrell Williams durante la ceremonia.

Nota: Instagram.2016.

La ceremonia de entrega de los Grammy es considerada como la entrega del más importante de la industria musical, ya que se le concede a

un artista y es también llamada los “Oscars” de la música. Como en todos los años, la entrega número 58 de los premios Grammy estuvo llena de grandes expectativas, ya que tanto los artistas como el público están a la espera que se le otorgue el premio de acuerdo a su nominación, tomando en cuenta que la transmisión fue televisada por más de 24.9 millones de personas alrededor del mundo.

3.5.3 Publicidad.

La entrega de los premios Grammys es uno de los cuatro shows anuales más importantes de la música en Estados Unidos, y es por ello que la academia se encarga de darle gran publicidad a su evento a través de anuncios por el canal oficial de la transmisión, redes sociales y así mismo a través de vallas publicitarias en las cercanías del Staples Center. (Figuras 86-88).



Figura 86: Poster oficial de los Grammy 2016.

Nota: Grammy Store, 2016.



Figura 87: Publicidad de los Grammy Awards 2016.

Nota: Jason Morgan, 2016.



Figura 88: Publicidad de los Grammy Awards 2016.

Nota: Jason Morgan, 2016.

La red social Instagram a través de su cuenta oficial fue de las grandes fuentes de publicidad donde se postearon fotos de los artistas, presentaciones especiales, nominaciones y de igual manera la fecha y hora de la transmisión. (Figuras 89-91).



Figura 89: Recording Academy anunciando la presentación de Lionel Ritchie como persona del año en los Grammy 2016.

Nota: Instagram, 2016.



Figura 90: Recording Academy anunciando la presentación de John Legend en los Grammy 2016.

Nota: Instagram, 2016.



Figura 91: Recording Academy anunciando la presentación de Demi Lovato en los Grammy 2016.

Nota: Instagram, 2016.

3.5.4 Patrocinadores.

La Academia Nacional de Artes y Ciencias de la Grabación cuenta con grandes patrocinantes que año tras año han dejado su aporte en la entrega de los premios, marcas como Absolut, Intel, People, MasterCard, Target,

Delta Airlines, Hilton Hotels, CoverGirl y Ford, forman parte de estos patrocinios.

Hilton Hotels es el patrocinador oficial de hoteles para la entrega de los premios. (Figura 92).



Figura 92: La marca Hilton Hoteles como patrocinador oficial de hoteles para la entrega de los Grammy.

Nota: Hilton, 2017.

MasterCard ofrece a sus clientes la experiencia de vivir de cerca el momento de la alfombra roja, titulares de la tarjeta MasterCard pueden disfrutar de la emoción y la aventura de la alfombra roja con la experiencia de visualización exclusiva. (Figura 93).



Figura 93: MasterCard como patrocinantes oficial de la alfombra roja de los Grammy 2016.

Nota: The Recording Academy, 2017.

3.5.5 Identidad e imagen corporativa (Signos, símbolos y señales).

Tomando en cuenta que el símbolo corporativo es quien define como organización y le da reconocimiento e identidad visual corporativa a la Academia Nacional de Artes y Ciencias de la Grabación, esto es representado a través de la figura de un Gramófono de color dorado. (Figura 94).



Figura 94: Símbolo Corporativo de The Recording Academy para los Grammy 2016.

Nota: The Recording Academy ,2017.

La imagen de identifica visualmente a la ceremonia de los premios Grammy de la Academia Nacional de Artes y Ciencias de la Grabación es el nombre “The GRAMMYS” acompañada del famoso gramófono, estos símbolos son utilizados y reproducidos en las invitaciones, portales en línea, páginas web, redes sociales, revistas, programas de televisión, en la promoción de la alfombra roja y durante la ceremonia en vivo. (Figuras 95-96).



Figura 95: Imagen representativa de la ceremonia de los Grammy 2016.
Nota: The Recording Academy, 2017.

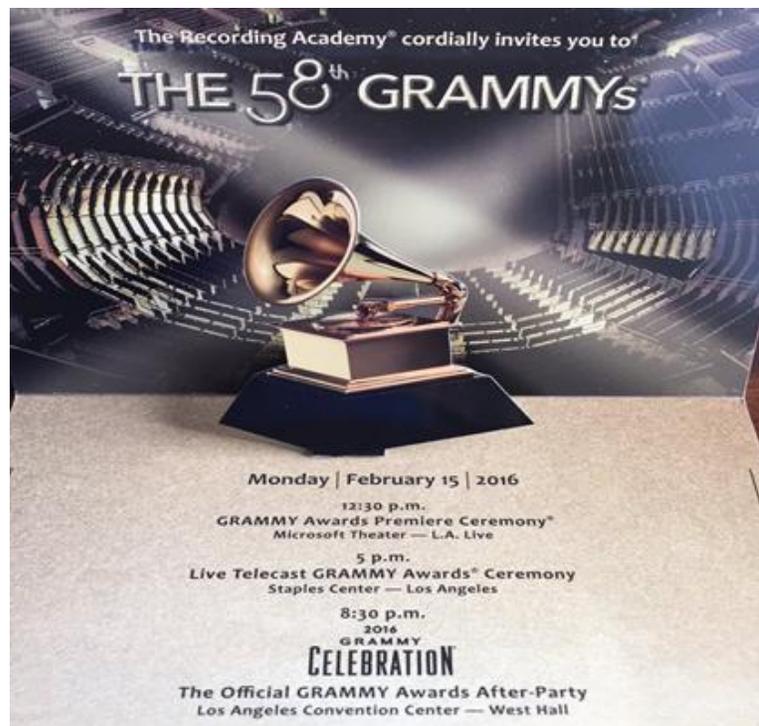


Figura 96: Invitación por parte de la Academia para la entrega de los premios Grammys 2016.
Nota: Eliza Neals, 2016.

Se presentan a continuación tres cuadros comparativos donde se analizaron los términos de marketing cultural, marketing interactivo y publicidad, desde la perspectiva de sus autores y aplicados en la entrega de los premios Grammy 2016.

Cuadro 4. Aplicación del marketing cultural en los premios Grammy.

Tipo de Marketing	Amel (2010)	Aplicación en el evento
Marketing cultural	<p>Es una manera de concebir y de ejecutar la relación de intercambio, con la finalidad de que sea satisfactoria para las partes que intervienen y para la sociedad, mediante el desarrollo, la valoración, la distribución y la promoción que el sector cultural hace de los productos culturales lo que consumidores necesitan.</p>	<p>La Academia Nacional de Artes y Ciencias de la Grabación fue creada en 1957 con el propósito de dar reconocimiento a los logros discográficos de los artistas y colaboradores que se desenvuelven en la industria de la música.</p> <p>No obstante la premiación de los Grammys' posee un aspecto muy en particular, que los diferencia de los demás, ya que se encarga de evaluar y estudiar todo lo referente al promocional de cada artista, es por ello que uno de los principales logros de la ceremonia es la atención, respeto y admiración que le rinden sus espectadores.</p>

Nota: elaboración propia (2016).

Cuadro 5. Aplicación del marketing interactivo en los premios Grammy.

Tipo de Marketing	Lárez (2015)	Aplicación en el evento
Interactivo	De acuerdo con Lárez (2015), se entiende que el marketing interactivo es una estrategia de contraste, de marcar la diferencia a través de una oferta única y personal de cada institución u organización. La práctica y el arte del marketing interactivo servirá exactamente para que se conozcan, en tiempo real, deslocalizaciones del target entre un “medium” y otro, entre un soporte y otro.	No cabe dudas las redes sociales forman parte del día a día de cada uno de los que hacemos uso de la tecnología, y es por ello, que son muchas las marcas a nivel internacional que están a la espera de la realización de estos premios, ya que aprovechan el momento para realizar ingeniosas campañas de publicidad ya que estas son transmitidas en tiempo real, esperando alcanzar una gran difusión gracias a la actividad que se registra en las redes sociales, logrando así conocer las críticas del público que estuvo a la espera del tan anhelado espectáculo donde se premian a los mejores de la música.

Nota: elaboración propia (2016).

Cuadro 6. Aplicación de la publicidad en los premios Grammy.

Término	Lárez (2015)	Aplicación en el evento
Publicidad	Con relación a lo que establece a la publicidad que es considerada como una de las más poderosas herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que es utilizada por empresas, para dar a conocer un mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a su grupo objetivo.	La entrega de los premios Grammys' es uno de los cuatro shows anuales más importantes de la música en Estados Unidos, y es por ello que la academia se encarga de darle gran publicidad a su evento a través de anuncios por el canal oficial de la transmisión, redes sociales y así mismo a través de vallas publicitarias en las cercanías del Staples Center.

Nota: elaboración propia (2016).

CONCLUSIONES

Se pudo observar que los Premios Grammy Awards (Grammys') es un evento de gran magnitud, siendo televisado por más de 24.9 millones de personas alrededor del mundo. Por ser un evento de tal dimensión se necesitó de muchas empresas y colaboradores, entre quienes se encuentra Sara Labb encargada de la Alfombra Roja y de ambientar toda la ceremonia junto con su equipo de decoradores. Para el comité de alimentos y bebidas la Academia contrato un comité de alimentos y bebidas el cual contó con el apoyo de la empresa Levy Restaurants y fue dirigido por el famoso chef Joseph Martin.

También, se pudo observar que la ceremonia de los premios Grammys' se rigió bajo algunos Principios y Criterios Universales de Protocolo entre los cuales se encuentran.

La precedencia: los participantes de los premios Grammy se ubican de acuerdo a si se encuentran nominados a una, varias categorías o ninguna. Se ubicarán en las primeras filas los que se encuentren nominados a las diferentes categorías de la premiación, buscando con esto recortar el tiempo de caminata del seleccionado o seleccionada hasta la tarima donde se le hace entrega del Grammy.

La autonomía corporativa: Este principio se expresa en la organización, debido a que posee su propio reglamento y normas que lo rigen. Ejemplo de la autonomía corporativa de La Academia Nacional de Artes y Ciencias de la Grabación es que se puede aplaudir en todo momento, menos cuando se reproduzca el video "In Memoriam", el cual hace memoria de todos los artistas fallecidos en ese año, se encuentra establecida de esta manera para evitar comparaciones entre ellos.

El maestro de ceremonias: Todos los años se elige un conductor del acto, para el 2016 por segunda vez, fue escogido el rapero y actor LL Cool J, quien posee carisma, tono de voz adecuado, se expresa correctamente y le pone un poco de humor a la ceremonia para hacerla más amena y que se desarrolle de manera fluida. En cuanto a los elementos de etiqueta resaltaron los siguientes: el vestido, peinado y ornamentación predominando el buen gusto por parte de los famosos.

En cuanto al marketing, el más influyente durante la ceremonia fue el interactivo ya que a través de él, el público logra captar con más atención cada uno de los detalles ocurridos y hacer sus críticas en tiempo real. Al igual que el marketing interactivo el marketing cultural también estuvo presente durante la entrega de los premios, y es a través de este que uno de los principales logros de la ceremonia es la atención, respeto y admiración que le rinden sus espectadores.

Otro de los grandes aliados para la transmisión de los premios fue el internet, que sirvió como plataforma para la transmisión en vivo de los mismos, Facebook, Twitter e Instagram, son el enlace más directo por el cual se difunden las noticias en tiempo real y donde los espectadores hacen sus comentarios tanto positivos como negativos.

REFERENCIAS

AMERICAN SECURITY FORCE. (2016) Event Security Services [Pagina Web en Línea] Disponible: <http://www.americansecurityforce.com/>[2017, 15 de Enero]

BILLBOARD. (2016) See Behind-the-Scenes Photos of How Grammys Are Handcrafted: Exclusive [Pagina Web en Línea] Disponible: <http://www.billboard.com/>[2016, 22 de Octubre]

CBS. (2016) Grammy Awards [Pagina Web en Línea] Disponible: <http://www.cbs.com/>[2017, 25 de Enero]

DAILYMAIL.COM REPORTER (2016) Mail Online News [Pagina Web en Línea] Disponible: <http://www.dailymail.co.uk/>[2016, 10 de Noviembre]

DE FAGRE, (2005). Eventos Universitarios y Sociales, Gerencia, Ceremoniales y Protocolo. Venezuela: Ediciones “Z”.

DELOITTE. (2017) Deloitte.com [Pagina Web en Línea] Disponible: <https://www2.deloitte.com/>[2017, 15 de Enero]

DE MARCHENA, E. (2002). En Protocolo ¿Guía o Edecán? Venezuela: Ediciones “Z”, C.A.

E! ENTERTAINMENT TELEVISION, INC. (2016) Los Famosos en la Alfombra Roja de los Grammy 2016 [Documento en Línea] Disponible: <http://la.eonline.com/>[2017, 10 de Febrero]

EPILOG LASER. (2016) Billings Artwork [Pagina Web en Línea] Disponible: <https://www.epiloglaser.es/> [2016,10 de Noviembre]

FX Group. (2015) Yes, we accept your invitation [Documento en Línea] Disponible: <https://twitter.com/>[2016, 22 de Octubre]

GONZALEZ, A. MARIN, F. VASQUEZ, A. (2016). El Festival de la Canción de Eurovisión 2015 desde la perspectiva de la gestión de eventos. Trabajo de Grado. Licenciatura Administración, en Contaduría Pública, en Turismo. Universidad de Oriente Núcleo Nueva Esparta.

GRAMMY.ORG. (2016) The Recording Academy [Pagina Web en Línea] Disponible: <https://www.grammy.org/>[2016,10 de Noviembre]

GREYNIUM. (2011) Greynium Information Technologies [Pagina Web en Línea] Disponible: <http://www.greynium.com/>[2016,10 de Noviembre]

JASON LIPSHUTZ. (2016) Fuse [Pagina Web en Línea] Disponible: <http://www.fuse.tv/>[2017, 20 de Enero]

JASON MORGAN. (2016) The Grammys Witness Greatness 2016 billboards... [Página Web en Línea] Disponible: <http://www.dailybillboardblog.com/>[2017,19 de Febrero]

JOYA LIFE S.A. (2015) Los Grammy Awards 2016 ¡prometen! [Página Web en Línea] Disponible: <https://www.joya.life/>[2017, 19 de Enero]

LADY GAGA MEDIA. (2016) Lady Gaga with Ken Ehrlich, Tony Bennett, Neil Portnow & Annie Lennox backstage at Grammy rehearsals today in LA [Documento en Línea] Disponible: <https://twitter.com/>[2015, 05 de Febrero]

LAREZ, M. (2015). Evento del Séptimo Arte: “Los Premios de la Academia”. Trabajo de Grado. Licenciatura Hotelería. Universidad de Oriente Núcleo Nueva Esparta.

LAUREN THOMANN. (2016) Jewelry from the 2016 Grammy Awards [Página Web en Línea] Disponible: <http://www.about.com/>[2017, 10 de Febrero]

LOS ANGELES TIMES. (2016) Photos Grammys 2016: Who's got the tickets? And other behind-the-scenes secrets from the awards crew [Página Web en Línea] Disponible: <http://www.latimes.com/>[2016, 15 de Diciembre]

OTERO, M. (2009). Protocolo y Organización de Eventos. España: Editorial UOC.

PEÑA A, M. (2015) Una pequeña colección de gramófonos en el sur de Perú [Documento en Línea] Disponible: <https://gramofonosdemarcopenacusco.wordpress.com/>[2016, 10 de Octubre]

THE GRAMMYS. (2016) Official Grammy Marketing Partners [Página Web en Línea] Disponible: <https://www.grammy.com/>[2017,20 de Febrero]

THE HOLLYWOOD REPORTER. (2016) Grammys: Watch All of the Performances of the Night [Pagina Web en Línea] Disponible: <http://www.hollywoodreporter.com/>[2017, 20 de Enero]

THE RECORDING ACADEMY. (2016) What do you think @therealgeorgeclinton, @taylorswift & @pharrell were talking about in the audience at the 58th [Pagina Web en Línea] Disponible: [Pagina Web en Línea] Disponible: <https://www.instagram.com/>[2017, 20 de Enero]

ZIMBIO. (2009) Depositphotos [Pagina Web en Línea] Disponible: <http://www.zimbio.com/>[2016, 28 de Noviembre]

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

TÍTULO	Premios de la Academia Nacional de Artes y Ciencias de la Grabación Otorgado a la Excelencia en Logros Discográficos (GRAMMYS). Edición 2016.
SUBTÍTULO	

AUTOR (ES):

APELLIDOS Y NOMBRES	CÓDIGO CULAC / E MAIL
Patiño Soto Ariana	CVLAC: 21325354 E MAIL:Ariana_patinos@hotmail.com
Rodriguez Marin Alejandra	CVLAC:19896253 E MAIL: Alejandrarodriguezmarin82@gmail.com
Marcano Marín María José	CVLAC: 21322629 E MAIL:mmmarin1991@gmail.com
	CVLAC: E MAIL:

PALÁBRAS O FRASES CLAVES:

Academia
Canción
Categoría
Discografía
Gramófono
Música
Premio
Record.

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

ÁREA	SUBÁREA
Hotelería	Organización de eventos
	Marketing de eventos
	Ceremonial y protocolo

RESUMEN (ABSTRACT):

Los Grammy es un evento que realiza la Academia Nacional de Artes y Ciencias de la Grabación compuesta de músicos, escritores de canciones, productores, ingenieros y profesionales de la grabación que se dedican a mejorar la condición y calidad de la música y sus creadores. Dicho evento se desarrolla con el objetivo principal de dar reconocimiento a la excelencia musical y abogar por el bienestar de los fabricantes de la música. Al ser una gala de gran magnitud y prestigio, cada año se destaca por la gran innovación tecnológica en el pre-show y durante la premiación, lo cual permite que siga siendo el evento más importante en la industria musical. Este trabajo tiene como fin principal estudiar la planificación, los criterios ceremoniales y protocolares, al igual que el marketing utilizados y aplicados en los Grammy 2016, desde el punto de vista de la planificación, organización y desarrollo del evento, lo que implicó el diseño de una investigación documental de carácter monográfico, acudiéndose a la recolección de información mediante, literatura científica, páginas web, televisión, tesis, entre otros medios audiovisuales. Entre las conclusiones se expresa el adecuado uso de las estrategias y herramientas de marketing en todos sus ámbitos, la cual posiciona al evento de reconocimiento mundial y deja como imagen e identidad corporativa una huella indeleble y difícil de descartar en la sociedad actual.

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

CONTRIBUIDORES:

APELLIDOS Y NOMBRES	ROL / CÓDIGO CVLAC / E_MAIL				
	Lcda. Soniuska Valerio	ROL	CA	AS	TU X
CVLAC:					
E_MAIL					
E_MAIL					
Lcda. Cristina Marcano	ROL	CA	AS	TUX	JU X
	CVLAC:				
	E_MAIL				
	E_MAIL				
Lcda. Cruz Jiménez	ROL	CA	AS	TUX	JU X
	CVLAC:				
	E_MAIL				
	E_MAIL				
	ROL	CA	AS x	TU	JU
	CVLAC:				
	E_MAIL				
	E_MAIL				

FECHA DE DISCUSIÓN Y APROBACIÓN:

AÑO	MES	DÍA
2017	02	23

LENGUAJE. SPA

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

ARCHIVO (S):

NOMBRE DE ARCHIVO	TIPO MIME
Trabajo_De_Grado_Marcano_Patiño_Rodríguez	.docx
Trabajo_De_Grado_Marcano_Patiño_Rodríguez	.pdf

CARACTERES EN LOS NOMBRES DE LOS ARCHIVOS: A B C D E F G H I J K L
M N O P Q R S T U V W X Y Z . a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z . 0 1 2
3 4 5 6 7 8 9 .

ALCANCE

ESPACIAL: _____ (OPCIONAL)

TEMPORAL: _____ (OPCIONAL)

TÍTULO O GRADO ASOCIADO CON EL TRABAJO:

Licenciados en Hotelería

NIVEL ASOCIADO CON EL TRABAJO:

Licenciados

ÁREA DE ESTUDIO:

Hotelería

INSTITUCIÓN:

Universidad de Oriente, Núcleo Nueva Esparta

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

DERECHOS

El autor garantiza en forma permanente a la Universidad de Oriente el derecho de archivar y difundir, por cualquier medio, el contenido de este trabajo de grado

Esta difusión será con fines estrictamente científicos y educativos, pudiendo cobrar la Universidad de Oriente una suma destinada a recuperar parcialmente los costos involucrados. El autor se reserva el derecho de propiedad intelectual así como todos los derechos que pudieran derivarse de patentes industriales o comerciales.


AUTOR

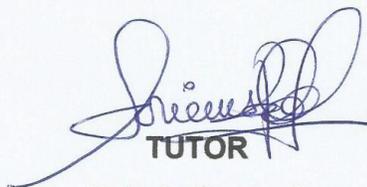
Patiño Ariana


AUTOR

Marcano María


AUTOR

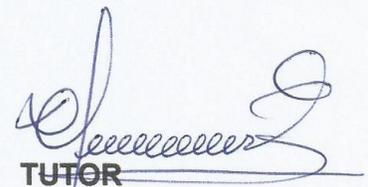
Alejandra Rodríguez


TUTOR

Valerio Soniuska


TUTOR

Marcana Cristina


TUTOR

Jiménez Cruz

POR LA COMISION DE TRABAJO DE GRADO