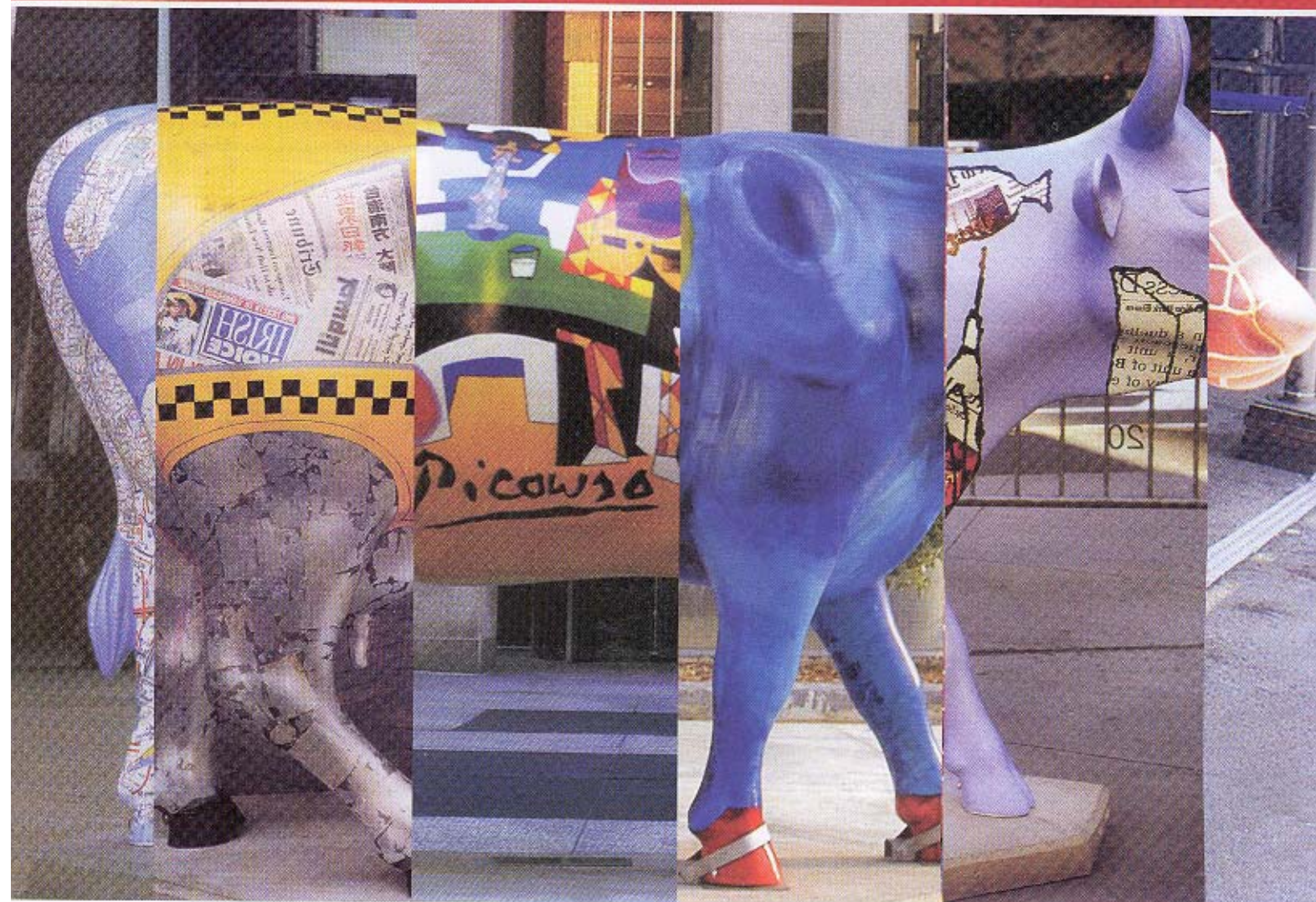


LLUVIA DE VACAS

DESPUÉS DE PASAR POR 24 CIUDADES DEL MUNDO Y FACTURAR U\$S 11 MILLONES, EN MARZO DE 2006 EL COWPARADE LLEGA CON SUS MUGIDOS ARTÍSTICOS A BUENOS AIRES. POR QUÉ 1.500 EMPRESAS YA APOSTARON A LA GANADERÍA CORPORATIVA.



TARDÓ PERO FINALMENTE SE PRODUJO. AUNQUE LA LÓGICA INDICABA QUE EL PAÍS DE LAS VACAS RECIBIRÍA ANTES ESTE PARTICULAR FESTIVAL DE ARTE, EL COWPARADE HARÁ SU DEBUT EN LA ARGENTINA EN 2006. EL EVENTO, QUE YA FUE REALIZADO EN 24 PAÍSES DEL MUNDO Y LLEVA RECAUDADOS MÁS DE US\$ 11 MILLONES DESTINADOS A PROYECTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL, LLEGA A BUENOS AIRES BAJO LA ORGANIZACIÓN DEL INSTITUTO LOLOIR –DEDICADO A DIFUNDIR EL CONOCIMIENTO CIENTÍFICO A TRAVÉS DE LA INVESTIGACIÓN Y LA DOCENCIA– Y EDICIONES LARIVIÈRE –EDITORIAL CON ENFOQUE CULTURAL–, CON LA COLABORACIÓN DE LA CORPORACIÓN ANTIGUO PUERTO MADERO SA.

Precisamente ese barrio porteño será el escenario donde durante marzo, abril y mayo del año que viene *pastarán* 150 vacas de tamaño natural realizadas en fibra de vidrio. Sobre ellas, pintores, arquitectos, escultores, diseñadores –gráficos y de indu-

mentaria–, publicitarios y estudiantes de Bellas Artes imprimirán sus ideas luego de que el Comité de Selección –integrado por personalidades del arte

De hecho, además de los *sponsors*, que tendrán su propia vaca, ya hay confirmados varios padrinos: Secretaría de Turismo de La Nación, Sinteplast,

DESDE 1996, MÁS DE 1.500 EMPRESAS YA PATROCINARON EDICIONES DEL FESTIVAL. LAS COMPANÍAS ENTIENDEN AL COWPARADE COMO UNA ACCIÓN DE MARKETING MÁS.

y la cultura– elija a las propuestas que cumplan con ciertos criterios estéticos.

Los seleccionados, que presentarán sus diseños realizados en papel, trabajarán sobre vacas de 241 centímetros de largo, 74 de ancho y 145 de alto, con la posibilidad de pintar, esculpir y transformar. Las obras terminadas se sujetarán a una base de cemento. Las obras de arte serán exhibidas en diferentes espacios públicos de Madero durante esos tres meses, y luego serán subastadas –en vivo y por Internet– a beneficio del Instituto Leloir y Esclerosis Múltiple Argentina (EMA).

Vacas corporativas

Como muchas propuestas de responsabilidad social, varias empresas ya dieron su *ok* para sumarse al evento. El Banco Comafi será el *main sponsor*, mientras que Aerolíneas Argentinas, Marsans Viajes, Telecom y Personal serán auspiciantes. En una tercera categoría, apoyarán el evento MAPFRE Argentina, Tetra Pak, Casino Puerto Madero, Hotel Hilton Buenos Aires y Bodegas Chandon.

Sin embargo, la participación de las empresas no se limita al patrocinio. Apadrinar una vaca es el formato que el CowParade tiene previsto para sumar a compañías o particulares. Las propuestas elegidas a partir de la convocatoria serán parte de un *portfolio* que se presentará a potenciales padrinos, que deberán realizar una donación para tener ese derecho.

Hotel Faena + Universe, Epibajada de los Países Bajos, Epsa Group y San Enrique Petrolera.

No es menor el atractivo de las vacas corporativas. Las compañías entienden al festival como una acción de marketing más. A nivel mundial, así lo percibieron AT&T, Bank of America, Disney, Yahoo!, HBO, The New York Times, US Airways y The Wall Street Journal, entre las 1.500 que ya participaron de este movimiento que ya pasó por Chicago, Atlanta, Nueva York, Houston, Kansas, Londres, Zurich, Sydney, Auckland, Bruselas, Tokio, Dublin, Estocolmo y Praga, Barcelona, Bucarest, Varsovia y Ginebra, y que antes de fin de año llegará a Mónaco, Moscú, México, San Pablo y Florencia.

De Zurich a Buenos Aires

Fue el artista suizo Pascal Knapp, célebre por sus esculturas en granito y madera, el generador del CowParade junto con su padre, Walter. Todo comenzó en diciembre de 1996, cuando Knapp hijo esculpió sus primeras vacas tamaño natural para un mega evento realizado en Zurich. Originalmente pensadas para ser plasmadas sobre lienzos, los diseños terminaron corpóreos en fibra de vidrio, el material que se sigue utilizando hasta ahora. Esas primeras creaciones, casi sin querer, fueron las primeras de las 4.000 vacas que se hicieron en la historia del evento –nunca dos iguales–, cifra que recibirá, en 2006, el aporte de Buenos Aires. ■

BRIEF

COWPARADE EN CIFRAS

- ▶ 24 ciudades del mundo ya fueron sede del festival.
- ▶ El evento lleva recaudados más de u\$s 11 millones, destinados a apoyar diversos proyectos de responsabilidad social.
- ▶ Desde 1996, más de 4.000 vacas de fibra de vidrio han sido diseñadas y por lo menos 60 se convirtieron en miniaturas de colección.
- ▶ Más de 1.500 compañías han sido patrocinadores de ediciones del CowParade. Entre ellas: The Wall Street Journal, Bank of America, Hoteles Hilton, Yahoo!, AT&T, US Airways.
- ▶ En la edición realizada en Nueva York se invirtieron u\$s 3 millones, gracias a los cuales la exhibición llegó a ser vista por 44 millones de personas, casi el 50% de los visitantes que tuvo el festival.
- ▶ Habrá 150 vacas en la edición que se realizará durante 3 meses a partir de marzo en Buenos Aires.