

GUÍA DE AUTOPROMOCIÓN DEL FESTIVAL MARTELIVE

Startup Artísticas



**CÓMO POSICIONARSE EN EL
MERCADO DEL ARTE
Y PROMOVER TU PROYECTO
ARTÍSTICO**

I EDICIÓN - MARZO 2021

POR EL EQUIPO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO
DEL MARTELIVE SYSTEM



1

¿QUÉ ES UNA STARTUP ARTÍSTICA?

El término "startup" se refiere a la fase inicial o más bien a la puesta en marcha de un nuevo negocio, es decir, el periodo en el que una organización intenta rentabilizar una idea mediante procesos repetibles y escalables.

"Startup" es un término que habitualmente se asociaba a las empresas del sector de internet y la tecnología, sin embargo hoy en día cuando hablamos de startups pensamos en cualquier tipo de empresa innovadora en su fase de lanzamiento.

Te preguntará: *vale, gracias por la información. ¿Pero qué tiene que ver eso con mi carrera? Soy un artista.*

¡Exactamente!

En este pequeño libro electrónico encontrarás valiosos consejos del mundo de las startups que pueden ayudarte mucho en tu andadura artística.

Al final de esta sencilla y rápida lectura tendrás una visión general de las **HERRAMIENTAS FUNDAMENTALES** para que un joven artista emergente, independientemente de su campo artístico, pueda hacerse un hueco y promocionarse de la manera más eficaz posible.

2

AUTOPROMOCIÓN

En el Renacimiento, el artista podía confiar en los Mecenas: si encontrabas uno, habrías resuelto la mayoría de tus problemas.

Leonardo, Rafael, Miguel Ángel, Mozart, Beethoven: ninguno de ellos habría llegado a ser lo que hoy conocemos sin el apoyo constante de uno o varios mecenas.

En la era industrial y moderna, el arte se convierte en una mercancía que se comercializa dentro de un sistema gestionado por los empresarios y el capital.

La estrategia era bastante sencilla: Producir un buen contenido, presentarlo a los pocos empresarios capaces de ponerlo en el mercado con la esperanza de que alguien decidiera invertir algo de capital en ti... y más o menos el juego estaba hecho. Tu única preocupación, como artista, sería producir un contenido de alta calidad, que luego otros se encargaban de distribuir en el mercado.

¿Y hoy? HOY YA NO ES ASÍ!

Hoy en día, los empresarios y el capital continúan mercantilizando el arte, pero gracias a la evolución tecnológica, las herramientas de producción y promoción cultural están al alcance de todos.

Hoy, como artista, tienes la posibilidad de intentar triunfar por tu cuenta, sin mecenas ni empresarios.

Hoy en día, como artista, puedes ser dueño de tu propio destino.

Hoy se puede ser artista y empresario simultáneamente.

Bienvenida, AUTOPROMOCIÓN!

3

ESTRATEGIA, IDENTIDAD Y POSICIONAMIENTO

En este nuevo escenario, el artista que quiere emerger en un mercado del arte cada vez más concurrido y competitivo, se ve ante la necesidad de redefinir su papel.

No basta con producir contenidos creativos, innovadores y de calidad.

Sin una ESTRATEGIA, todo tu esfuerzo artístico puede ser en vano.

¿De qué sirve crear una obra de arte del tipo que sea, si nadie la ve, la escucha o puede disfrutar de ella?

Hoy, más que nunca, **DEBES POSICIONARTE** en tu mercado objetivo, antes de entrar en el sistema clásico dirigido por mecenas, empresarios y capital.

Y para ello, hay que construir una **IDENTIDAD fuerte y consistente.**

Eso es lo que marca la diferencia entre tú y los cientos de miles de artistas que hay.

No sólo tu aspecto, y lo bueno que eres en lo que haces.

Sino también, y más importante, tu **ESTRATEGIA.**

Para alcanzar este objetivo, hay que trabajar en **3 ejes clave.**

- Definición clara de TU proyecto artístico
- Definición del presupuesto necesario para lanzar tu proyecto
- Desarrollo de un sencillo plan de marketing para lanzar y posicionar el proyecto en el mercado objetivo.

Vale, escribirlo es sencillo, pero... ¿cómo se hace?

¡Para eso estamos nosotros! De lo contrario, no estarías leyendo este libro electrónico.

4

LAS 3 HERRAMIENTAS FUNDAMENTALES

Como toda startup, un proyecto artístico también necesita algunas herramientas esenciales si el objetivo es posicionarse en un nicho de mercado concreto o sentar las bases para dar el salto a lo desconocido, es decir: el ÉXITO con el público general.

Músico, cantante, actor, bailarín, dj, vj, videomaker, videoartista, pintor, fotógrafo, diseñador gráfico, ilustrador, artesano, estilista: no importa cual sea tu especialidad. Las herramientas fundamentales que necesitas para lograr tu objetivo siempre son las mismas, y finalmente gracias a este ebook estás a punto de descubrirlas.

A) IDENTIDAD VISUAL, LOGOTIPO Y ELEMENTOS VISUALES

Una imagen de alto impacto y coherente con el proyecto artístico que se propone es el primer paso imprescindible para construir una identidad creíble.

Tienes que crear un universo de referencia visual que te identifique a ti y a tu propuesta artística.

Si no tienes un mínimo de experiencia o predisposición para aprender a utilizar algunas herramientas sencillas de comunicación, confía en los profesionales que te proporcionarán esta ayuda y una orientación individualizada.

Lo importante es que siempre seas consciente de lo que ocurre y que actúes como un gestor de ti mismo.

Pero, confiar no es suficiente. También hay que tener las ideas claras y los objetivos bien definidos, de lo contrario corres el riesgo de malgastar el dinero. Y mucho.

La identidad visual pasa por varios aspectos, el primero de ellos es sin lugar a dudas el logotipo.

No creas a los que dicen que el logotipo es un elemento "de empresa": Incluso en el ámbito artístico, la construcción del logotipo es fundamental y no puede ser obra del azar, porque contiene toda la fuerza del mensaje que se quiere comunicar.

Además, una vez elegido, el logotipo seguirá siendo el mismo durante mucho tiempo, o quizás para siempre. Por esta razón, es realmente importante crearlo con el máximo cuidado y atención.

Cambiar el logotipo poco tiempo después de su creación es una idea errónea.

El logotipo sólo se puede cambiar en una lógica de "rebranding" global de todo el producto artístico, pero esto sucede con el tiempo; de lo contrario, significa que te has equivocado de estrategia desde el primer momento.



Una vez creado el logotipo, es el momento de pensar en el estilo y la estética para TODOS los contenidos que produzcas: Gráficos, animaciones, vídeos, showreels... Todos ellos deben tener un look & feel único, y transmitir el concepto de un estado de ánimo, de un universo de referencia claro y localizable que te identifique.

No es una tarea fácil, es cierto, pero si tienes un concepto claro de partida, puedes contar con una serie de profesionales que te asesorarán y ayudarán a crear una gran visual.

Ahora, con estas poderosas herramientas a tu disposición, estás equipado para marcar la diferencia.

La palabra clave es: ¡CREDIBILIDAD!

B) PÁGINA WEB

En la era de las redes sociales, a menudo se comete el error de descuidar por completo el sitio web y limitarse a crear un perfil en Instagram y/o una página de Facebook.

¡Y es un gran error!

La presencia en las redes sociales no es suficiente para llegar al mayor número posible de usuarios.

Tener un sitio web significa tener un nodo central dentro de un sistema de comunicación bien estructurado y coherente.

Se trata de una herramienta transversal, viva y escalable que se puede adaptar según las necesidades en cualquier momento.

Lo más importante es no ser víctima de las tendencias 'social' que cambian cíclicamente cada 2-3 años.

¿Te acuerdas de Myspace? ¿No? Bueno, ahí lo tienes.

Crear un sitio web básico de forma independiente hoy en día es una operación bastante sencilla gracias a la presencia en el mercado de algunos CMS (Content Management System) muy populares, como Wordpress y Joomla.

Si no tienes presupuesto para invertir en un webmaster, hoy en día puedes encontrar varias plantillas preestablecidas gratuitas en la web, excelentes para crear un sitio web básico. En la fase inicial, lo importante es estar presente en el web y disponer de esta herramienta. Ya habrá tiempo para desarrollar y mejorar el canal.

Los aspectos fundamentales que hay que cuidar en esta fase son la sencillez, la claridad, y su usabilidad: Debe ser un sitio con un buen diseño, estéticamente agradable y a la vanguardia en cuanto a soluciones gráficas y organización de los elementos.

Poco texto: Claro concreto y conciso. Muchas imágenes y elementos visuales innovadores que nada más abrir la página de inicio, el visitante debe entender inmediatamente tu universo de referencia, y tener acceso inmediato a lo más importante de todo: ¡tu arte!

La palabra clave es: ¡SIMPLICIDAD!

(C) REDES SOCIALES

Hasta aquí hemos visto que el sitio web es fundamental para construir la identidad digital de un artista.

Pero eso no es todo, por supuesto. Un sitio web sin un apoyo social adecuado es como una catedral en el desierto: Una enorme masa vacía de piedra y hormigón en un espacio desolado.

Para que sea eficaz en su labor de promoción, un sitio web debe apoyarse en una red formada por las principales redes sociales y perfiles, también en las comunidades del sector.

El error que se comete a menudo es confiar sólo en Facebook o Instagram, sin embargo, no es la solución más sabia. Cada red social está destinada a un público específico, por esta razón, cada una de ellas puede ser de interés para promover y visibilizar a distintos niveles y maneras tu proyecto artístico.

Si eres un joven músico, por ejemplo, debes necesariamente estar presente en:

- **Facebook**
- **Instagram**
- **Youtube**

Pero también es fundamental estar en:

- **Spotify**, curando eficazmente tu perfil a través de la herramienta Spotify for Artists y analizando las valiosas estadísticas disponibles, que te pueden proporcionar datos esenciales sobre la composición de tu audiencia. Origen, edad, hábitos de escucha.
- **Soundcloud**, para relacionarte con tus colegas, ponerte en contacto con sellos nacionales e internacionales y aprovechar el interesante potencial de monetización de tu música.

Y por qué no

- **Linkedin**, si quieres ponerte en contacto con otros músicos o directamente con profesionales de la industria musical que puedan estar interesados en contratarte como músico de sesión en una banda de éxito.

O

- **Pinterest**, si los diseños/artworks de tu disco y tu 'Visual' en general son llamativos y artísticos.

Por último, no puedes dejar de lado las comunidades virtuales del sector dedicadas exclusivamente a tu arte.

En Italia, por ejemplo, hay

- Rockit, una comunidad de bandas y músicos muy activa con miles de perfiles artísticos.

Si eres un músico italiano debes estar presente en Rockit.

Si tu arte no es la música sino el teatro, la danza, el circo, la pintura, la fotografía, la gráfica digital, la artesanía, la moda... ¡No puedes seguir el camino de un músico!

Pero si puedes definir tu propia estrategia y construir tu universo social en función de tus objetivos y tus especificidades.

Nadie sabrá mejor que tú en qué red social debes centrar la mayor parte de tu energía, pero no cometas el error de centrarte en una sola herramienta.

Define tus prioridades, sin olvidar ser completo.

La palabra clave es: ¡PRESENCIA!

**BUENO, PARECE QUE YA ESTÁ HECHO Y.... ¡NO!
¡ESO SERÍA DEMASIADO FÁCIL!
Falta un punto crucial,
EL MÁS IMPORTANTE DE TODOS**

Las **TRES herramientas fundamentales** que ya hemos identificado te ayudarán a posicionarte en el mercado y a construir tu identidad.

A través de la identidad visual, la página web y las redes sociales, serás CREÍBLE, ACCESIBLE y estarás PRESENTE para tu público como para los profesionales.

PERO CUIDADO!

LA MAYORÍA DE LO QUE OBTENDRÁS CON ESTAS 3 PRIMERAS HERRAMIENTAS NUNCA TE DARÁ EL CONTROL TOTAL DEL TRÁFICO Y LA AUDIENCIA QUE PODRÁS MOVER CON TU ACTIVIDAD!

- La **IDENTIDAD VISUAL** te hace reconocible, pero no te dará la seguridad de que los usuarios la aprecien.
- La página web dará a tus usuarios una visión general sólida y coherente de tu proyecto, pero no garantizará un retorno constante después de la primera visita.
- **Las redes sociales** te permitirán llegar a un público más amplio que tu pequeño círculo de contactos, pero los algoritmos de las distintas redes sociales limitarán mucho la visibilidad de los usuarios que has conseguido con tanto esfuerzo. Por lo tanto, te verás obligado a invertir tiempo y esfuerzo en campañas de patrocinio cada vez más costosas en Facebook, Instagram, Google, LinkedIn, etcétera, etcétera.
- **En todas estas herramientas** tu capacidad de control siempre será limitada porque este tráfico que generas no es de tu "propiedad" y tras la emoción inicial de lanzar tu proyecto artístico, poco a poco estas herramientas empezarán a ser el equivalente a una dosis de narcótico cada vez más fuerte y letal para el proyecto.
- Seguirás invirtiendo dinero para aumentar tus seguidores y vender tu arte como esclavo de los algoritmos que limitan cada vez más tu visibilidad.

Sólo hay una manera de salir de esto.

Convierte todo el tráfico no controlado en tráfico propio.

Ofrece valor a tu audiencia, incluso de forma gratuita, a cambio de su consentimiento para suscribirse a tu lista de difusión de correos electrónicos y números de teléfono.

El objetivo final de cada campaña y acción que realices debe ser :

- Recoger nuevas direcciones de correo electrónico.

Puedes enviar correos electrónicos siempre que quieras, a personas que estén realmente interesadas en tu contenido.

- Recoger nuevos números de teléfono .

Podrás enviar mensajes de difusión en Telegram y Whatsapp para cualquier nuevo contenido producido, siempre dirigiéndote a una audiencia ya segmentada y con el previo consentimiento.

- Recoge las suscripciones a tu canal de Youtube

Si eres músico o realizador de vídeos por cada vídeo que publiques tendrás una audiencia que verá las notificaciones de forma gratuita y te visitará porque para Youtube, a diferencia de Facebook, es importante que consigas el mayor número de visualizaciones posible. A cambio, recibirá una parte de los ingresos por publicidad

Haz que tus seguidores se suscriban a tu página de Spotify. Igual que YouTube, Spotify también comparte su objetivo. A más escuchas, más altos serán tus derechos de autor.

Consigue que tus seguidores se inscriban en los distintos marketplaces del sector.

Si eres un artista, hay muchos sitios especializados donde puedes vender tus obras. Tus usuarios en las redes sociales deberían seguirle principalmente allí.

AHORA SÍ!

**AHORA TIENES TODO LO QUE NECESITAS
PARA PROMOCIONARTE DE MANERA EFICAZ
Y MARCAR LA DIFERENCIA!**

**BUENA SUERTE Y...
SIEMPRE CREE
EL MUNDO NECESITA TU ARTE!**

**AH, ¡CASI NOS OLVIDAMOS DE ALGO IMPORTANTE!
NOS GUSTARÍA SALUDARTE CON UN REGALO
UNA GRAN OPORTUNIDAD PARA PONER EN PRÁCTICA
INMEDIATAMENTE
LO QUE HAS APRENDIDO.**

¿Sabías que a partir de este año se celebra MArteLive Europe?
Es el primer gran concurso y festival dedicado a los artistas
emergentes,
con el apoyo del Programa Europa Creativa de la Unión Europea.

LA CONVOCATORIA DE ARTISTAS SIGUE ABIERTA!

<https://contest.martelive.eu>

PUEDES GANAR PREMIOS EN DINERO,
RESIDENCIAS ARTÍSTICAS, CONTRATACIONES Y ACTUACIONES
EN TODA EUROPA!

POR FIN PUEDES LUCIRTE
MOSTRAR TU ARTE,
Y VIVIR UNA EXPERIENCIA INOLVIDABLE.
<https://contest.martelive.eu/european-areas/>

Elige una o más de las 16 disciplinas Disciplinas artísticas del Concurso y Festival MArteLive Europe

<https://contest.martelive.eu/artistic-disciplines/>

Descubre los numerosos premios en juego y nuestros jurados, elegidos entre los mejores profesionales del sector en todos los ámbitos artísticos.

<https://contest.martelive.eu/jury-prizes/>

Inscríbete ahora!

<https://contest.martelive.eu/apply/>

www.martelivesystem.net



www.martebook.com