



VINCULAR PARA CREAR
II ENCUENTRO DE ARTISTAS DEL MAULE

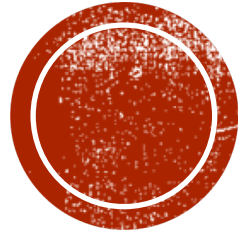
CIRCULACION DE LAS ARTES ESCÉNICAS



lorenaojedasepulveda@gmail.com

+56 9 68398440





**CUAL ES LA IMPORTANCIA
DE GENERAR INTERCAMBIOS?**



- Enriquece y aporta a los procesos de creación.
- Permite exponer nuestra cultura, idiosincrasia y expresiones culturales de nuestro país.
- Los artistas absorben de esta experiencia nuevos conocimientos que enriquecen las nuevas propuestas artísticas que elaborarán.
- Genera intercambios y contaminaciones culturales.
- Forma nuevos públicos.
- Es generadora de redes nacionales e internacionales que sirven para proyectos futuros y de mayor alcance.
- Genera nuevos empleos de los diversos agentes dentro de los colectivos: directores, dramaturgos, escenógrafos, técnicos , productores , etc.
- Contribuye a mejorar la posición de los artistas en su país de origen. La experiencia internacional enriquece el curriculum profesional.
- Aumenta el ciclo de vida de las obras.



- Estimula el sentido de identidad (identidad cultural - quién soy, de donde vengo...).
- Nos permite abrir la cabeza y ver las cosas desde otro punto de vista. Trabajaremos en nuevos lugares, comeremos otra comida, trabajaremos con personas y colegas diferentes a lo habitual y muchas veces hablaremos otro idioma.
- Puede generar nuevas giras, coproducciones y colaboraciones entre artistas y/o instituciones.



OTROS

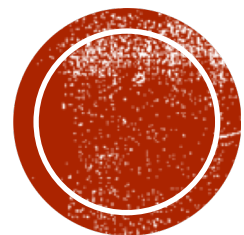
- Tarjeta de presentación
- Relato Artístico
- Sitio web
- Dossier de presentación
- Pitch



TARJETA DE PRESENTACIÓN

- Logotipo de la organización
- Nombre de la cia./productora
- Nombre personal
- Cargo
- E-mail
- Teléfono
- Web
- RRSS





CONSTRUIR EL RELATO ARTÍSTICO



- Consiste en definir el proyecto de manera **completa, diferenciada y entendible** por personas ajenas a él y a la realidad cultural y artística de donde se ha generado.
- Sirve para presentar el proyecto de manera global a audiencias que no lo conocen pero que pueden ser potenciales socios, colaboradores o coproductores.



ELEMENTOS DEL RELATO ARTÍSTICO

- Qué somos?
- Qué hacemos?
- Por qué lo hacemos?
- Cómo lo hacemos?
- Qué ofrecemos?
- Reconocimientos y trayectoria



RECOMENDACIONES

- Hacer una tabla con los valores diferenciados
- Involucrar en esta construcción a todo el equipo y personas externas que contribuyan a la organización
- Observar organizaciones similares (artistas, compañías, plataformas, espectáculos, etc.) Se encuentra en “about”o “quienes somos”
- Redactar párrafos individualizados que respondan a las diferentes preguntas de la tabla.
- Una vez que se tiene el relato definitivo se podrá extraer pequeñas frases para ser utilizadas en diversos soportes de comunicación.



WEB

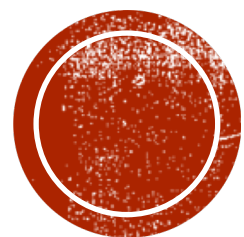
- Tener web nos permite tener presencia. Se puede realizar en Wordpress u Wix.
- El nombre es muy importante, porque es mi carta de presentación.
- Formato dinámico y atractiva visualmente. Menú siempre presente y preferir navegación vertical. Relatos en 3 persona singular por ejemplo si es una agencia de producción o en 3 persona plural si es una compañía.
- Siendo mi carta de presentación debe tener mi Relato Artístico como definición. Información concisa y clara. Pueden tener recomendaciones de terceros y debe hacer visibles las competencias que tenemos.
- Tener buenas imágenes y videos, con las informaciones necesaria tipo sinopsis y ficha artística.
- Tener la web en dos idiomas idelamente : el propio y el Inglés.
- Es bueno tenerla “ linkeada” con mis redes sociales de trabajo.



EJEMPLOS WEBS

- Joan Catalá (Catalunya): <http://www.joancatala.pro/es/biografia/#>
- Trio Teatro banda <http://www.tryoteatrobanda.cl/>
- La mona Ilustre <https://www.lamonailustre.cl>





ELABORACIÓN DEL DOSSIER DE PRESENTACIÓN



- ✓ Título (el nombre es muy importante!)
- ✓ Perfil de la compañía / Relato artístico
- ✓ Reseña argumental
- ✓ Ficha artística
- ✓ Fotos (en alta resolución con créditos fotógrafo) + Link espectáculo entero y trailer
- ✓ Ficha de la obra
- ✓ Clipping de prensa (o recortes/selección)
- ✓ Requerimientos logísticos*
- ✓ Requerimientos técnicos con Planos y Carga*
- ✓ Contactos de Producción y Jefe técnico **ESCRITO GRANDE Y CLARO**
- ✓ Redes Sociales
- ✓ Logos/Auspiciadores/Patrocinadores



PORTADA

- Logo de la compañía
- Nombre del artista /compañía
- Título de la obra o el proyecto artistico /subtitulo si lo tiene
- Imagen gráfica suficientemente reconocible, impregnante, memorable y recordable



RELATO ARTISTICO

- qué somos?
- qué hacemos?
- por qué lo hacemos?
- cómo lo hacemos?
- qué ofrecemos?
- reconocimientos y trayectoria



SINTESIS ARGUMENTAL

- Definiremos la reseña de la obra, en no más de 10 líneas considerando que esta reseña será utilizada posteriormente por las áreas de difusión y gráfica de nuestros receptores.



FICHA ARTISTICA

- La ficha artistica comprende todos los creditos de las personas que contribuyeron a concretar nuestro trabajo , es el espacio de reconocimint oque aunque no este en escena debemos considerar como parte fundamental en la construcción de nuestro montaje. Aca incluimos a director, dramaturgo,coreografos, actores, interpretes, diseñadores, realizadores , couch productores, encargados de difusion,vestuaristas, tecnicos, etc. (que nadie quede fuera)



FICHA TECNICA

- Incluye listado de Requerimientos técnico de iluminación y sonido
- Planos de Distribución
- Contactos responsables de cada área (teléfono, mail)



REGISTRO FOTOGRAFICO Y AUDIOVISUAL

- El material fotográfico puede ser incluido como parte del diseño de nuestro dossier, importante que ese registro incluya planos amplios y cerrados que además de exponer la estética, considere dimensiones, si es espacio cerrado o abierto u otras características que darán cuenta de la disposición escénica anterior a ser vistos el espectáculo en vivo, por lo que recomiendo que la selección fotográfica tenga una especial atención.
- Se recomienda, si el dossier es digital, incluir link de trailer o teaser que dé cuenta del contenido y estética del espectáculo.

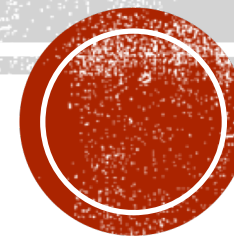


CONDICIONES DE GIRA

- Personas que viajan
- Viáticos / Alimentación (alergias, intolerancias, vegetariano...)
- Transportes locales (necesidades particulares)
- Pasajes aéreos /terrestres (necesidades particulares)
- Rooming List
- Carga (definir kilos y tipo de transporte)
- Pago Derechos de Autor
- Descripción de espacio escénico y características especiales
- Camarines
- (los honorarios no son parte de la información relevante puesto que se negocia a partir de la propuesta)



CONSTRUCCION DEL PITCH



PITCH

■

Se le llama así a la presentación verbal breve en minutos que un artista / productor / representante debe tener lista para cuando se dé la oportunidad de presentar su proyecto a un posible productor / programador / director artístico. El escenario hipotético es en un elevador, sin embargo, contar con un *elevator pitch* es tan sólo el inicio para conseguir el apoyo económico / negocio que quieres.



EJEMPLO ELEVATOR PITCH

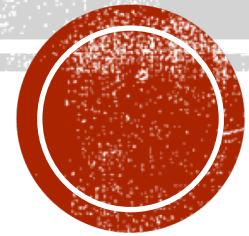
- https://www.youtube.com/watch?v=2b3xG_YjgvI



- El pitch también puede ser una herramienta muy útil para presentar proyectos artísticos o culturales, como un espectáculo de teatro, una exposición de arte o un festival. Aquí hay algunas maneras de utilizar el pitch en este contexto:
- **Presentación de un proyecto:** Si eres un artista o creador que busca financiamiento o apoyo para un proyecto, puedes utilizar un pitch para presentar tu idea. Deberás explicar de manera clara y concisa tu idea, presentar tus objetivos, mostrar la viabilidad y relevancia del proyecto y por supuesto, pedir el apoyo que necesitas. (Financiero, programático, invitación a mercados u otros)
- **Busqueda de patrocinadores:** Si estás organizando un evento cultural o artístico, puedes utilizar el pitch para buscar patrocinadores y otros tipos de apoyo. En este caso, deberás demostrar el valor del evento y los beneficios que tendrán los patrocinadores al apoyarlo, como una mayor exposición y conexión con la comunidad.
- **Promoción de un espectáculo o evento:** Si ya tienes un proyecto o evento en marcha, puedes utilizar el pitch para promocionarlo y atraer al público. Deberás presentar la información de manera interesante y atractiva para que el público se sienta motivado a asistir. Puedes destacar los aspectos más emocionantes, novedosos o relevantes del espectáculo o evento.
- En todos los casos, es importante que adaptes tu pitch al público al que te estás dirigiendo. Deberás tener en cuenta sus intereses, necesidades y preocupaciones para asegurarte de que tu mensaje sea efectivo y persuasivo.



SIETE PASOS QUE DEBES INCLUIR EN TU PITCH



1. QUIÉN ERES Y QUÉ HACES

- Asegúrate de decir **tu nombre** y explicar de forma breve **a qué te dedicas**, adaptando siempre el mensaje al tipo de oyente frente al que te encuentras.
- (RELATO ARTISTICO)
- Lo importante es investigar anteriormente quienes son los programadores, productores, directores artísticos , demandantes, otros



2. A QUIÉN TE DIRIGES

- Debes especificar quién es tu **oyente** (**organización, programación, historia**). Si la persona con la que hablas entra en ese perfil, intenta adaptar tu discurso para que se sienta identificada con tu público e incluida en la conversación.



3. QUÉ PROBLEMAS SOLUCIONAS

- Deja claro qué necesidad satisfaces a tu contraparte o cuál es la necesidad o problemática a la que pones solución. Recuerda, es probable que el interlocutor también se encuentre en esa situación.



4. CÓMO LO CONSIGUES

- Dile qué haces por ellos, **cuál es el producto o servicio** concreto que resuelve ese problema o necesidad.



5. QUÉ BENEFICIO APORTAS

- ¿Sabes cómo mejora la vida de las personas que programan tu producto? ¿Cómo se sienten cuando has hecho tu trabajo? ¿Que experimenta el público? Invita al **oyente a que se imagine en esa situación.** (resultados esperados)
- Cuando una compañía así aprende a transmitir su mensaje y comunicarse de forma más persuasiva a través de sus textos, enseguida gana visibilidad y experimenta un aumento en sus oportunidades



6. EN QUÉ TE DIFERENCIAS DE TU COMPETENCIA

- Aquí debes mostrar **tu propuesta de valor**. Es decir, por qué deben programarte a, qué ofreces tú que no hagan otros, relato artístico que muestra elementos diferenciadores.



7. ¿QUÉ ESPERAS DE ELLOS? CIERRE

- Dales tu tarjeta, diles que les escribirás un mail o les llamarás, pídeles que entren en tu web o sigan tus RRSS. Concreta el próximo encuentro o acción.



RECOMENDACIONES RESPECTO AL PITCH

- Nunca olvides que toda presentación tiene un propósito.
- Conoce muy bien a tu audiencia.
- Tu manera de iniciar es muy importante.
- Di tu mensaje lo más sencillo y claro posible.
- Cuida tu volumen y la entonación de tu voz.
- Deja hablar a tu cuerpo. Tu expresión corporal es determinante.
- Haz participar a tu audiencia.
- Administra bien tu tiempo.
- Practica una y otra vez antes de presentar en público.
- Nunca olvides que tu cierre es la parte más importante de tu mensaje.



MANOS A LA “OBRA” !!!

