

La comunidad de artistas se ven afectados por los efectos de la pandemia de COVI 19, sus consecuencias para el arte y la cultura son devastadores.

La propuesta para estos artistas, particularmente de Latinoamérica, es la creación de una plataforma digital tipo Netflix donde los artistas podrán tener un espacio de reinención e inserción laboral, desde otros aspectos. El objetivo es convertir a los artistas en un AGENTE DE TRANSFORMACIÓN SOCIAL para el bienestar emocional y un medio rentable para la comunidad de artistas, cuando se ven aún afectados los espectáculos masivos.

La plataforma IN HOME, tiene como contenido base:

- Los Videos tutoriales y master class: donde los usuarios aprenden diferentes expresiones artísticas de manera profesional, como hobby o como fuente de dinero futuro, de la mano de artistas registrados y reconocidos.
- Los Documentales: con un lenguaje cinematográfico enfocados a la industria creativa en general.
- Una tienda online de venta de merchandising de los artistas registrados, con posibilidad de donar a los artistas que elijan como parte de servicios exclusivos.
- También hay una sección exclusiva donde el público aficionado puedan subir demos y expresiones artísticas realizadas INHOME.

La Plataforma se dividen en disciplinas de todas las artes, en talleres y documentales, conciertos, obras de teatro. etc

La campaña de comunicación será enfocada en cómo la comunidad en general abraza esta circunstancia que viven todos los artistas a nivel mundial, y nos permite disfrutar de contenido nunca visto antes, como por ejemplo: tener una clase de guitarra por el guitarrista de una banda cubana. Siendo una plataforma ACTIVA y NI PASIVA como otras, aquí la misma gente puede interactuar con artistas y con otras personas.

Esta plataforma invita a todos los artistas de latinoamerica de diferentes expresiones artísticas agruparse para fortalecer el sector, y comenzar a incentivar a la gente común a explorar el arte de vivir INHOME.

PLAN DE ACCIÓN

Los tiempos, algunos se darán de manera simultánea. No son totalmente continuados.

ACTIVIDAD	TIEMPOS	RESPONSABLES	DETALLE	ETAPA
ASESORÍA Y FIGURA LEGAL	1 mes	Abogados contadores Creadores de la plataforma	- Registro de marca - Registro de producto - Conformar tipo de sociedad o asociación - Normas regulatorias	PRE
MODELO DE NEGOCIO	1 mes	Creadores de la plataforma	- El formato adaptable a los dispositivos - Los públicos - Los servicios	PRE

			- Establecer parámetros de la tienda virtual	
ALIANZAS, ACUERDOS CON MARCAS	3 semanas	Agencia de publicidad. Responsable de marketing	Establecer normas publicitarias Contrato de publicidad con las marcas. Recepcionar publicidad dentro de la plataforma	PRE
DESARROLLAR LA PLATAFORMA	1 mes	Desarrollador web + diseñadores + creativos publicitarios	Artística general + textos + mapa de sitio + menú desplegable y secciones + categorías definidas.	PRODUCCIÓN
diseño, comunicación de la plataforma	1 mes	Comunicadores, diseñadores, productores audiovisuales y publicistas	Crear una red interna de comunicación para los artistas convocados, para generar avisos generales de lanzamientos, procedimientos, etc. Crear un plan de comunicación para promocionar la plataforma, en los medios que consume el público al que va dirigido. Evaluar el tono de comunicación de acuerdo al público objetivo.	PRODUCCIÓN
CONVOCATORIA DE ARTISTAS	2 meses	- gestores culturales - comunicadores - diseñadores - productoras - Coordinadores por áreas	- Plan de comunicación para contar de qué se trata - Red de contactos de artistas - Invitación a organizaciones que nucleen a artistas - Contratación de medios para la difusión - Invitación dirigida - Producción de material de difusión - Esquema de inscripciones	PRODUCCIÓN
INGRESO A LA PLATAFORMA A LOS ARTISTAS		-desarrolladores informáticos - artistas -coordinadores por área	- Esquema de presentación de tutoriales, documentales o producciones - Distribuir por etapa el ingreso de los artistas - Ficha técnica de cada	PRODUCCIÓN

			artista - Llenado de tienda virtual (material por cada artista) - Requisitos para subir tutoriales - Revisar los materiales entregados de acuerdo a la reglamentación	
lanzamiento de la plataforma	1 mes	productores publicistas marcas gestores expertos en marketing medios de comunicación	- Lanzamiento de la Plataforma a modo de festival a nivel internacional - Acciones publicitarias - Anticipo de suscriptores gratuitos por un mes - Comunicación externa - Lanzamiento oficial en vivo y on line - Marcas auspiciantes - gira de medios	COMERCIALIZACIÓN
medición de resultados	mensuales	- Creadores de la plataforma - coordinadores por área	- Mediciones de acuerdo al tipo de audiencia en vivo - Suscripciones mensuales - Ganancias por la tienda - Nuevas entradas de marcas	POST

ARTÍSTICA POSIBLE PARA "IN HOME"

- Colores predominantes de los país
- Búsqueda por diferentes categorías:
 1. Por tipo de arte: música, teatro, magia, escritura, humor, tutoriales, dibujo, pintura.
 2. Por países o regiones: artistas de argentina, ecuador, colombia, brasil, etc.... o bien por regiones: centroamérica, sudamerica, etc.
 3. Por actividades para hacer: Recitales, tutoriales, acceso en vivo a charlas, chat latino por tema, lanzamientos oficiales, ver estrenos, aprender en vivo, cursos o talleres guardados, comprar o suscribirse, etc.

ETAPA Desarrollo

- Asesoría Legal
- Creación de una economía creativa - modelo de negocio.
- Tener un figura legal para agrupar a todos estos artistas
- Plan Integral del proyecto que articule las funciones de entidades públicas, privadas, con una campaña de comunicación sobre cómo el

arte es un puente de transformación social y personal la comunidad en general.

- Acuerdos bajo la ley de cultura, comunicación, salud, educación que socialicen los punto de encuentro. Hackathon con empresarios y Entidades públicas, emprendedores.
- Generar Convocatoria a los artistas de todas las ramas a que participen en la plataforma tipo Netflix.

ETAPA Preproducción:

Desarrollar la Plataforma

Responsable: Desarrollador web + diseñadores + creativos publicitarios

Detalle: Artística general + textos + mapa de sitio + menú desplegable y secciones + categorías definidas.

Tiempo: 1 mes

Ingreso de artistas en la plataforma

Generar una estrategia de comunicación interna y externa:

Detalle:

- Crear una red interna de comunicación para los artistas convocados, para generar avisos generales de lanzamientos, procedimientos, etc.
- Crear un plan de comunicación para promocionar la plataforma, en los medios que consume el público al que va dirigido. Evaluar el tono de comunicación de acuerdo al público objetivo.

Responsable: Comunicadores y publicistas

Tiempo: 1 mes

Materializas la figura legal de esta instancia de agrupar a los artistas

Comercializar con marcas:

Responsable: Agencia de publicidad. Responsable de marketing

Tiempo: 3 semanas

- Establecer normas publicitarias
- Contrato de publicidad con las marcas.
- Recepcionar publicidad dentro de la plataforma

Generar alianzas ligadas al consumo consciente

Elegir a 5 referentes por país que van apadrinar el proyecto.

ETAPA Producción

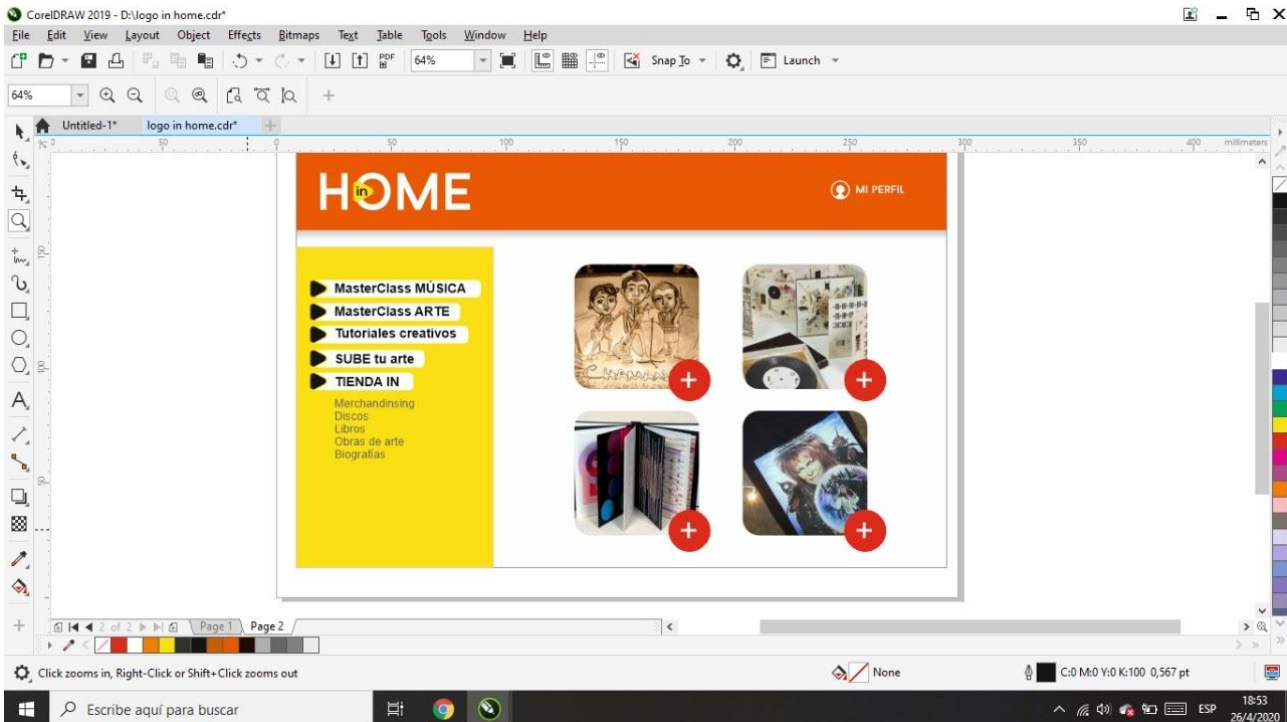
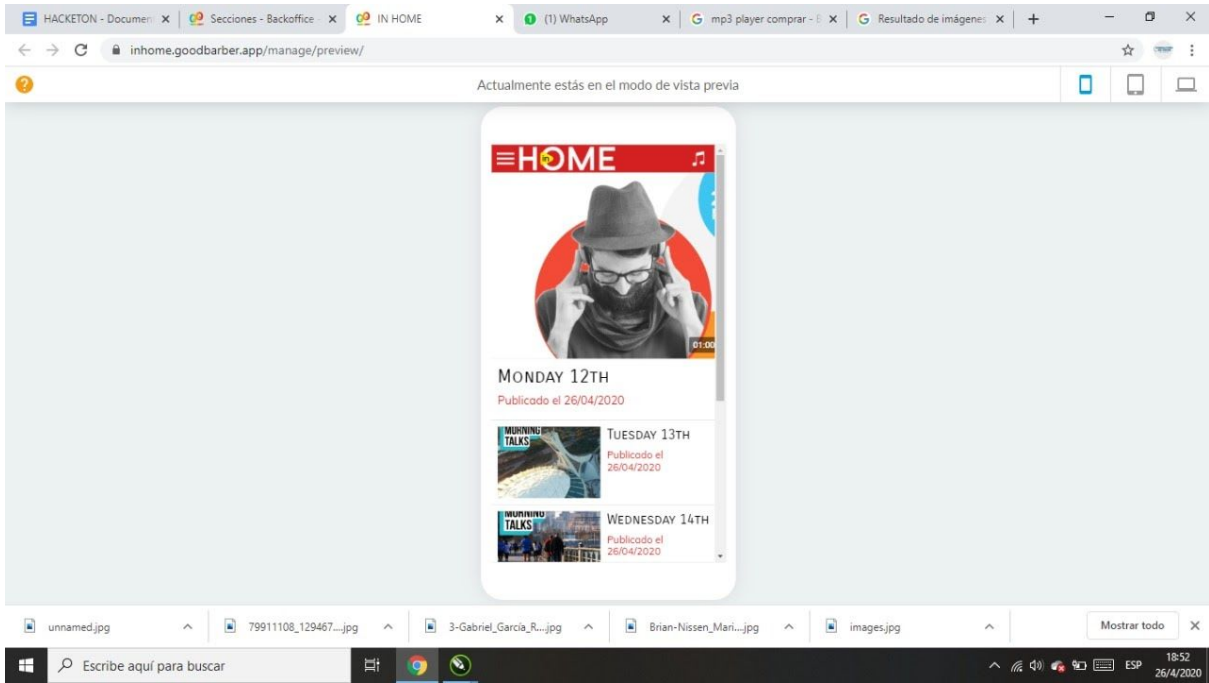
de videos, Diseños, Comunicación,

ETAPA POST: Gira de medios.

-Lanzamiento de la Plataforma a modo de festival a nivel internacional

-
- Medición de resultados

PROTOTIPO



MasterClass MÚSICA

Guitarra por Yuli Barrionuevo
Piano por Yordi
Canto por Anabella Sosa
Interpretación por Duo Mixtura
Batería por Cristian Oliva
Bajo por Sebastian Bro

MasterClass ARTE

Tutoriales creativos

Creativos en 3, 2, 1
Cómo crear tu propia banda
5 pasos para subir un Demo

SUBE tu arte

TIENDA IN



MasterCLASS de GUITARRA
por Yuli Barrionuevo



TUTORIAL CREATIVOS EN 3,2,1
para chicos inquietos



Fotografía Documental
por StudioPro



Documental

Actores 1:

Carla Calasanz

Productora Cultural y Artística de Teatro, música y video.

Directora de Arte - Publicitario.

Promotora de artistas

diseño gráfico

Coach

actores con los que se relacionan:

- actores
- cantantes
- titiriteros
- maquilladores
- productores
- gestores culturales
- escuelas de artes
- fotógrafos
- diseñadores

- padres de familia
- niños
- madres
- directores de cine y teatro
- base de datos de artistas de formación
- radios locales
- Jardines, colegios y escuelas.

Recursos:

- Tengo una camara de fotos
- desarrollar guión
- producir un evento.
- sesiones de fotos
- Dirección de arte
- crear experiencia sensoriales
- Tengo la voz para cantar
- tengo 1 laptop
- tengo vestuario de mujer
- cuento con una casa de campo que puede servir como escenario
- diseñar
- red de mujeres
- se hacer mucho platos de comida
- tengo un steady cam
- base de datos de contactos segmentados - hago mailing marketing
- base de datos whatsapp
- si es con una causa justificable tengo el apoyo de ciertos artistas con los que trabajo.
- tengo mi oficina en casa
- hago talleres de creatividad : creatividad sonora y corporal.
- esposo fotógrafo
- Sábados 11 am programa en facebook live programación familiar
- UNIARTE miembro
- leer tarot
- ejercicios terapéuticos artísticos
- Catálogo de Artistas de música y teatro

RECURSOS DE LOS RECURSOS

actores con los que se relacionan:

- actores: sensibilidad, vestuario, trayectoria, ganas, poder de creador, talleres, empoderamiento.
- cantantes: su voz, musicalidad, interpretación, talleres, empoderamiento
- titiriteros: títeres
- maquilladores: experiencias, maquillajes, técnica, talleres

- productores: contactos con proveedores, y equipo técnico
- gestores culturales: base de datos
- escuelas de artes: alumnos, talleres, salones
- fotógrafos: cámara, red de contactos, proveedores
- diseñadores: laptop, concepto, visión, creatividad
- padres de familia: hijos, abuelos, tíos
- niños: tíos, abuelos, amigos, primos, vecino
- madres: amigas, yoga, red de mujeres,
- directores de cine y teatro: ideas, cámara, guiones
- base de datos de artistas de formación: público objetivo
- radios locales: posibilidad de promoción, aliados
- Jardines, colegios y escuelas: Alumnos, profesores
- red de mujeres : empoderamiento, transformación personal, yoga, meditación, tarot.

Relaciones posibles

Una Agencia, una marca, un artista se pone en contacto con una Productora para llevar a cabo cierta pieza de arte: un video, una sesión de fotos, una campaña, un evento, una gira, a su vez esta productora está sumergido en un ecosistema de realizadores, fotógrafos, actores, locutores, productores, vestuaristas, promotores, diseñadores, comunicadores, medios de comunicación, community manager, directores de arte, cantantes, genera alianzas, terceriza trabajos, cuenta con un equipo, o es una persona multirol.

Barrera

- un artista no afín con la marca.
- cronograma de tareas: no hacer una buena planificación, trabajar los tiempos.
- Bajo presupuesto
- Efectos devastadores de la pandemia para el arte y la cultura

Oportunidades

- vinculadas con las marcas y empresarios
- complemento perfecto
- Tareas asignadas por cada sector. Trabajar en red.
- Valor diferencial: la creatividad y el arte como puente de transformación personal

DEFINIR EL RETO:

- Efectos devastadores de la pandemia para el arte y la cultura

Con el efecto de pandemia en una industria del arte que no es esencial para la vida diaria, los **ARTISTAS** tendrán que reinventarse a una nueva realidad, a un nuevo lenguaje audiovisual, a una nueva forma de ganarse la vida, de compartir su arte, de distribuirlo, y forma de relacionarse con su **PÚBLICO** en todo tipo de eventos. Los artistas que están empezando o no son reconocidos no pueden recurrir a las **MARCAS, PRODUCTORAS** ni a una agencia para promocionarse debido al cese de sus actividades, pero sólo ellas son necesarias para ser de puente con su público.

Pensar el arte como un puente de transformación social, con nuevos escenarios y prácticas, y con conexiones con otros actores como **MARCAS** con propósito social y **GESTORES CULTURALES** y será la clave para la reinvención de los mismos y establecerse económicamente en un contexto que parece imposible de superar sin recursos, sobre todo. Trabajo conciente y colaborativo.

PREGUNTA RETO:

¿Cómo REINVENTAR de manera rentable el trabajo de los ARTISTAS AFECTADOS POR LA PANDEMIA en la región latinoamericana en un plazo de 3 a 6 meses siguientes?

actor 2:

Nuchy (Analía Bermúdez):

Publicista

comunicadora

coordinador de ciclos de cine

facilitadora creativa

actores con los que se relacionan:

- empresarios
- emprendedores
- consumidores
- medios de comunicación
- estudiantes afines a la creatividad
- diseñadores gráficos
- marketers
- productores de video

- generadores de contenido
- locutores
- fotógrafos
- directores y productores de cine
- público cinéfilo
- empresas, marcas
- redactores
- periodistas
- imprentas

Recursos:

Propios de Nuchy:

- Notebook
- Oficina en casa (es mi burbuja personal)
- libros y documentos digitales sobre los temas que manejo
- Programas de diseño
- Habilidad por la escritura
- Pasión por escribir
- Trabajo mi crecimiento personal (trabajo de autoconocimiento)
- Infinidad de ejercicios creativos para desarrollar la creatividad
- Experiencia en la docencia universitaria
- Cientos de películas
- Contactos de medios de comunicación
- Programa de radio que habla de la comunicación
- Conocimiento básico en fotografía y video

Recursos de los actores:

- **empresarios:** empresas, productos, contactos, dinero
- **emprendedores:** ideas, producto o servicio para ofrecer, perseverancia
- consumidores:
- **medios de comunicación:** medios, equipos, público, visibilidad, estructuras
- **estudiantes afines a la creatividad:** entusiasmo, ganas de aprender
- **diseñadores gráficos:** notebook, conocimientos de programas, conocimientos aplicados
- **marketers:** técnicas de venta
- **productores de video:** equipos, programas de edición
- **generadores de contenido:** ideas, red de contactos, conexiones, mirada integral

- **locutores:** buena voz y pronunciación, equipos de grabación y edición, buen manejo de idiomas
- **fotógrafos:** equipos, equipos de luz, red de contactos, conocimientos artísticos
- **directores y productores de cine:** aptitud organizadora y creativa, conocimientos de cine
- **público cinéfilo:** ganas de ver pelis lindas
- **empresas, marcas:** productos o servicios, empleados, procesos, canales de distribución, propósitos, público
- **redactores:** habilidad para la escritura, buen correcto de la ortografía y gramática,
- **periodistas:** medios de comunicación para trabajar, grabadores, red de contacto, observación
- **imprensa:** recursos, máquinas

RELACIONES POSIBLES

Un **publicista** o **creativo publicitario** para hacer su trabajo se vincula, primero con la **empresa o marca** que lo contrata, define objetivos de **marketing con el especialista** y genera contenido para trabajar de manera vinculada con: **fotógrafos, productores audiovisuales, diseñadores gráficos, actores** o bien con **representantes de artistas** para que actúe o sea imagen de marca. Esto se acompaña con **maquilladores, gente de vestuario, guionistas** (si es un audiovisual), **director de cine publicitario, locutor**. Y después pautar con los **medios** correspondientes los anuncios.

Una **facilitadora creativa** para dar cursos de creatividad, primero busca su **público objetivo**, puede ser en una **escuela de arte, alumnos afines o público segmentado**. Debe tener un trabajo de **desarrollo personal y experiencia en talleres**. Para generar redes de contacto necesita vincularse o trabajar en conjunto con **gestores culturales y necesita servicios de fotografo, filmadores y editores, y diseñadores gráficos** para promocionar sus talleres, que luego seleccionará los **medios** adecuados de comunicación acorde a su público.

DEFINIR EL RETO:

- Efectos devastadores de la pandemia para el arte y la cultura

Con el efecto de pandemia en una industria del arte que no es esencial para la vida diaria, los **ARTISTAS** tendrán que reinventarse a una nueva realidad, a un nuevo lenguaje audiovisual, a una nueva forma de ganarse la vida, de compartir su arte, de distribuirlo, y forma de relacionarse con su **PÚBLICO** en todo tipo de eventos. Los artistas que están empezando o no son reconocidos no pueden recurrir a las **MARCAS, PRODUCTORAS** ni a una agencia para promocionarse debido al cese de sus actividades, pero sólo ellas son necesarias para ser de puente con su público.

Pensar el arte como un puente de transformación social, con nuevos escenarios y prácticas, y con conexiones con otros actores como **MARCAS** con propósito social y **GESTORES CULTURALES** y será la clave para la reinención de los mismos y establecerse económicamente en un contexto que parece imposible de superar sin recursos, sobre todo. Trabajo conciente y colaborativo.

PREGUNTA RETO:

¿Cómo REINVENTAR de manera rentable el trabajo de los ARTISTAS AFECTADOS POR LA PANDEMIA en la región latinoamericana en un plazo de 3 a 6 meses siguientes?

LLUVIA DE IDEAS:

- 1. Crear una plataforma on line y off line editable y personalizada para crear contenidos de acuerdo al tipo de arte (teatro, cine, música):**
 - Cada artista o elenco o marca podrá compartir contenidos, vender productos o sus servicios al público que los contrate. No es gratis.
 - Los artistas podrán dar contenidos especiales a ciertas horas del día, con un caché más caro.
 - Podrán dar “clases” en vivo o bien “fuera de línea”, en el tiempo que disponga cada persona receptora (convertirse en “formadores de otros artistas”)
- 2. Crear un programa de INSERCIÓN de los espectáculos partiendo de la base de ser PUENTES entre las marcas y los públicos:**
 - Esto es MARCAS (EMPRESAS) y GESTORES CULTURALES haciendo alianzas con el público para trabajar temas de concientización como Cuidado personal, salud, medio ambiente, relaciones sociales.
 - Los espectáculos serán con público muy dirigido en cantidad de personas, y pueden extenderse en varias jornadas, para evitar la aglomeración. También podrá ser on line.

3. **Trabajar la RSE (Responsabilidad social empresarial) de las empresas, para trabajar contenidos culturales para un público definido, tomando a los artistas como AGENTES DE TRANSFORMACIÓN, por ejemplo:**
 - Teatros trabajando aspectos emocionales como medio de expresión.
 - Artistas formando a pequeños niños artistas

4. **Crear comunidades de artistas que se complementan para dar un servicio único:**
 - Combinar artistas o elencos
 - Trabajar desde ahí: productos a vender, coaching artístico por ellos, eventos privados

5. **Crear una “cooperativa latinoamericana” como una gran región con distintas sedes para trabajo colaborativo de artistas:**
 - La contratación de eventos puede estar nucleada aquí
 - Aquí estará lleno de gestores culturales que hace alianzas con marcas
 - Puede estar respaldada por alguna empresa que los patrocine
 - Puesta en común de temas relacionados al trabajo artístico
 - Ponen en valor el trabajo conjunto y las diferentes áreas que puede tener el arte en la comunidad
 - Desde aquí se puede difundir todo la base para todo tipo de promociones de eventos
 - Desde aquí parten eventos entre los países
 - Pueden tener conexiones con artistas, empresas o públicos de Europa u otra parte del mundo.

LLUVIA DE IDEAS - carla

PUNTO MEDIOS, PUNTO DE ENCUENTRO

- CONSUMO CONSCIENTE:
- TECNOLOGÍA VERDE
-

LEY DE SALUD, PROTOCOLO DE USO DE ESPACIO
TEATROS

SOCIEDAD GLOBAL NO SOMOS PUNTOS AISLADOS

NECESITAMOS UN NUEVO NORTE COMO SOCIEDAD

PERSONA ARTÍSTICA CENTRO

UN BANCO DE ENTIDADES QUE APORTAN CON RECURSOS, GESTIÓN, FUNDACIONES, ESPACIOS DE TRABAJO, FACILIDADES PARA QUE ARMEN EK AMBITO ARTISITCO CULTURAL.

COMO ACERCAR AL ARTE A LA GENTE COMO SERVICIO.

- EL TIEMPO ES ARTE.+

La necesidad de este servicio.

Salud, educación.

PAGAMOS LA REPRESION

Y NO LA EXPRESION

ES UN SERVICIO.

Lluvia de ideas:

INSPIRARTE - Salud Mental - ONG y aplicación

para los artistas un coach personal, y enseñar la metodología.

Productos.

- talleres al público en general
- videotutoriales para hacer estudios más profundos. - tipo doméstica - Carrera, CONferencias,
- donaciones
- base de datos por área
- tienda online de todos los productos de los artistas
- Eventos al publico

- Eventos network
- propia sola de cine
- Google map de agenda cultural por país
- Hacketon local en interacción con empresarios, gobernantes,

ETAPA Desarrollo

- Asesoría Legal
- Creación de una economía creativa - modelo de negocio.
- Tener un figura legal para agrupar a todos estos artistas
- Plan Integral del proyecto que articule las funciones de entidades públicas, privadas, con una campaña de comunicación sobre cómo el arte es un puente de transformación social y personal la comunidad en general.
- Acuerdos bajo la ley de cultura, comunicación, salud, educación que socialicen los punto de encuentro. Hackathon con empresarios y Entidades públicas, emprendedores.
- Generar Convocatoria a los artistas de todas las ramas a que participen en la plataforma tipo Netflix.

ETAPA Preproducción:

Desarrollar la Plataforma

Ingreso de artistas en la plataforma

Generar una estrategia de comunicación interna y externa

Materializas la figura legal de esta instancia de agrupar a los artistas

Comercializar con marcas

Generar alianzas ligadas al consumo consciente

Elegir a 5 referentes por país que van apadrinar el proyecto.

ETAPA Producción

de videos, Diseños, Comunicación,

ETAPA POST: Gira de medios.

- Lanzamiento de la Plataforma a modo de festival a nivel internacional
- Acciones publicitarias
- Anticipo de suscriptores gratuitos por un mes
- Comunicación externa
- Lanzamiento oficial en vivo y on line
- Marcas auspiciantes
-
- Medición de resultados

Planificación de sus actividades, crear una estrategia.

Ver los mercados locales, nacionales e internacional