



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

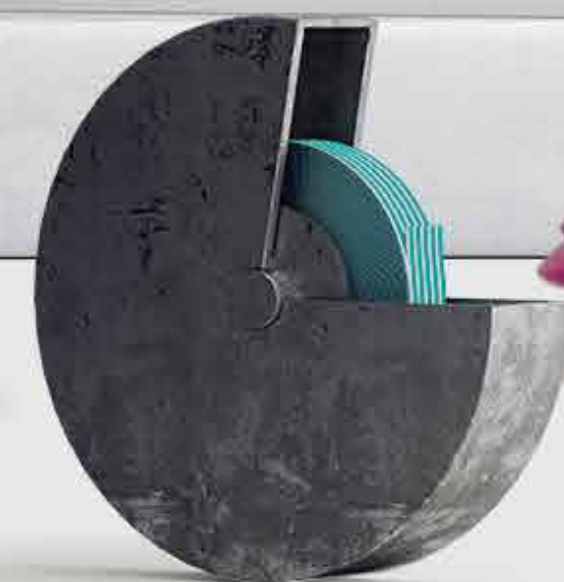
BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS

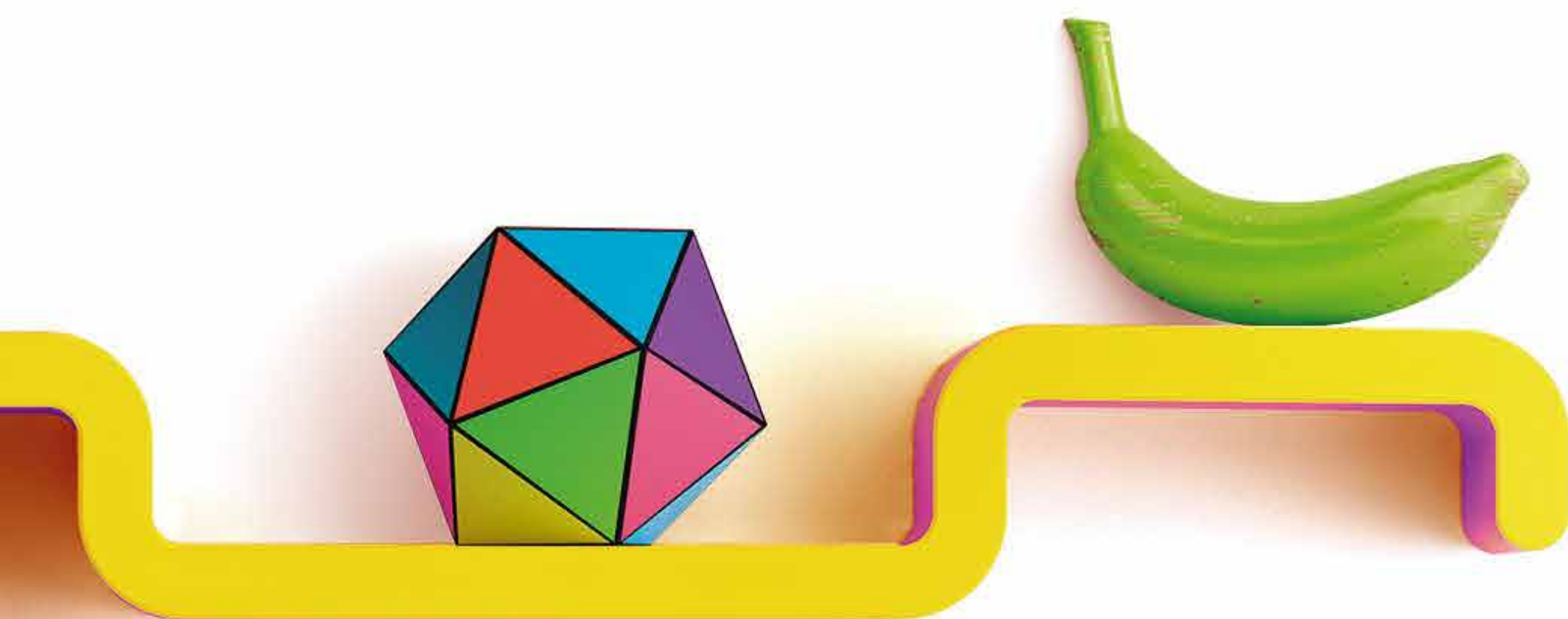
CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE
Instituto Distrital de las Artes



INSTRUCCIONES PARA CREAR UN

PORTAFOLIO
ARTÍSTICO





MERCADEO Y COMUNICACIONES PARA SU PORTAFOLIO

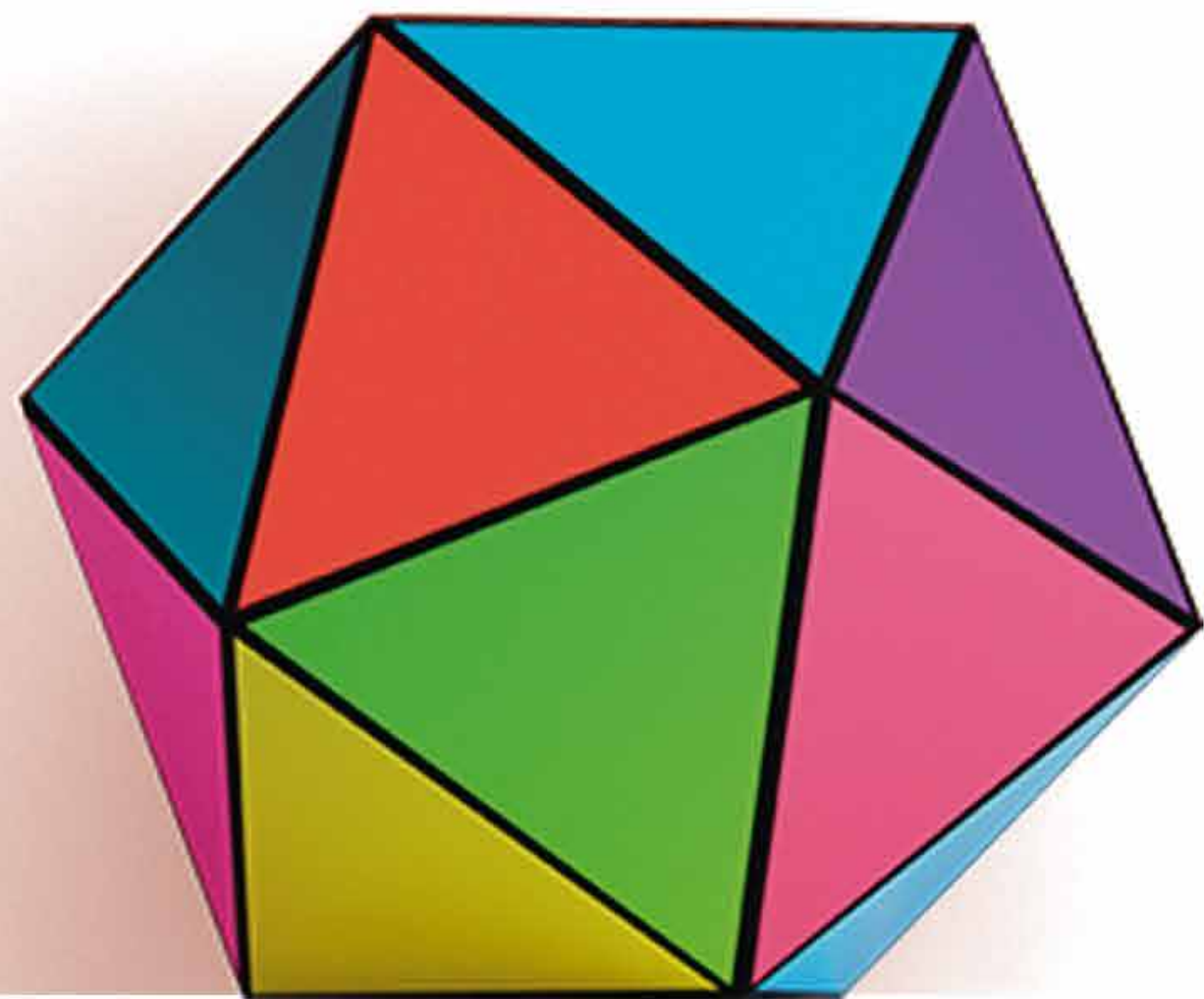
Una vez el portafolio está completo en aspectos como reseña, registros, fotografías, contactos, rider y concepto gráfico, este se convierte en una poderosa herramienta para las comunicaciones y el mercadeo.

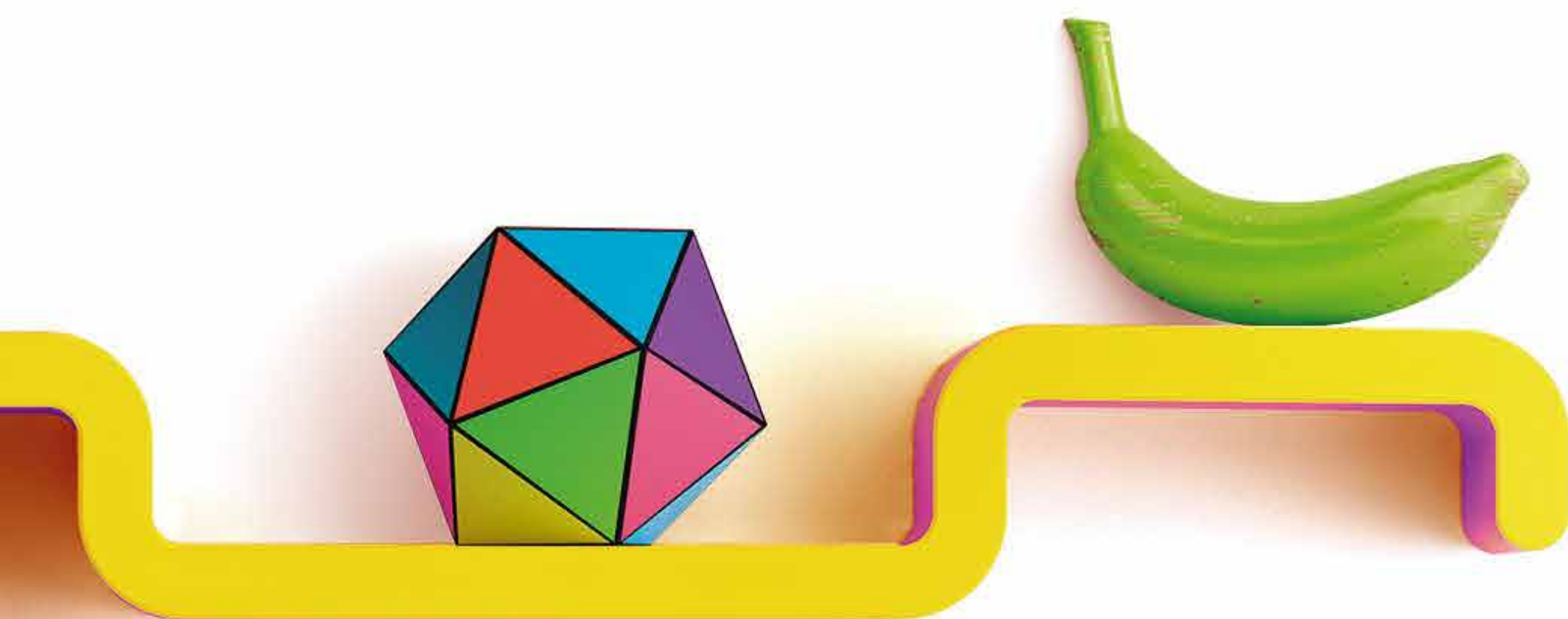
Efectivamente es una tarjeta de presentación viva con la cual se pueden establecer relaciones comerciales y también de prensa.



¿QUÉ PUEDO HACER CON ÉL?

Mercadeo: Con un portafolio completo, un artista, un grupo, una banda, una orquesta, un escritor, un ilustrador, una compañía de teatro, una productora audiovisual o cualquier artista que aspire a recibir una retribución económica por su actividad, tiene la capacidad de negociar con un empresario o quien desee hacer un contrato. Tiene así aspectos que lo respaldan como su trayectoria, experiencia, obras editadas, montadas, giras, presentaciones y más que dan cuenta del trabajo.





¿CUÁLES SON LAS ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE SE PUEDEN HACER CON UN PORTAFOLIO?

Ofrecer un presentación: Con el portafolio se pueden especificar los detalles de costo de una presentación, requerimientos y detalles de ella.

Ofrecer una gira: Con él, se pueden dar a conocer los detalles de un ciclo de presentaciones en un tiempo específico especificando lugares, escenarios, etc.

Patrocinios: Buscar un patrocinio para alguna actividad o plan es uno de los posibles usos del portafolio. Con él se puede acudir a instituciones y empresas para poder buscar esto. (Hay que estar pendientes de convocatorias y licitaciones).

Convenios o alianzas: A través del portafolio, un artista o grupo artístico puede hacer la gestión que permita igualmente buscar beneficios a cambio de menciones o referencias en una presentación, exposición o muestra.

El mercadeo cultural nos habla de cómo un artista o grupo usa factores como la audiencia a la cual se dirige, lo que promociona a través de su portafolio y las técnicas que utiliza para hacer esto.

Y si el portafolio sirve para las acciones de mercadeo, para comunicaciones, igualmente el portafolio es una herramienta fundamental. A través de él se puede llevar a cabo la difusión en medios de la propuesta. Con él se pueden establecer acercamientos de este modo:



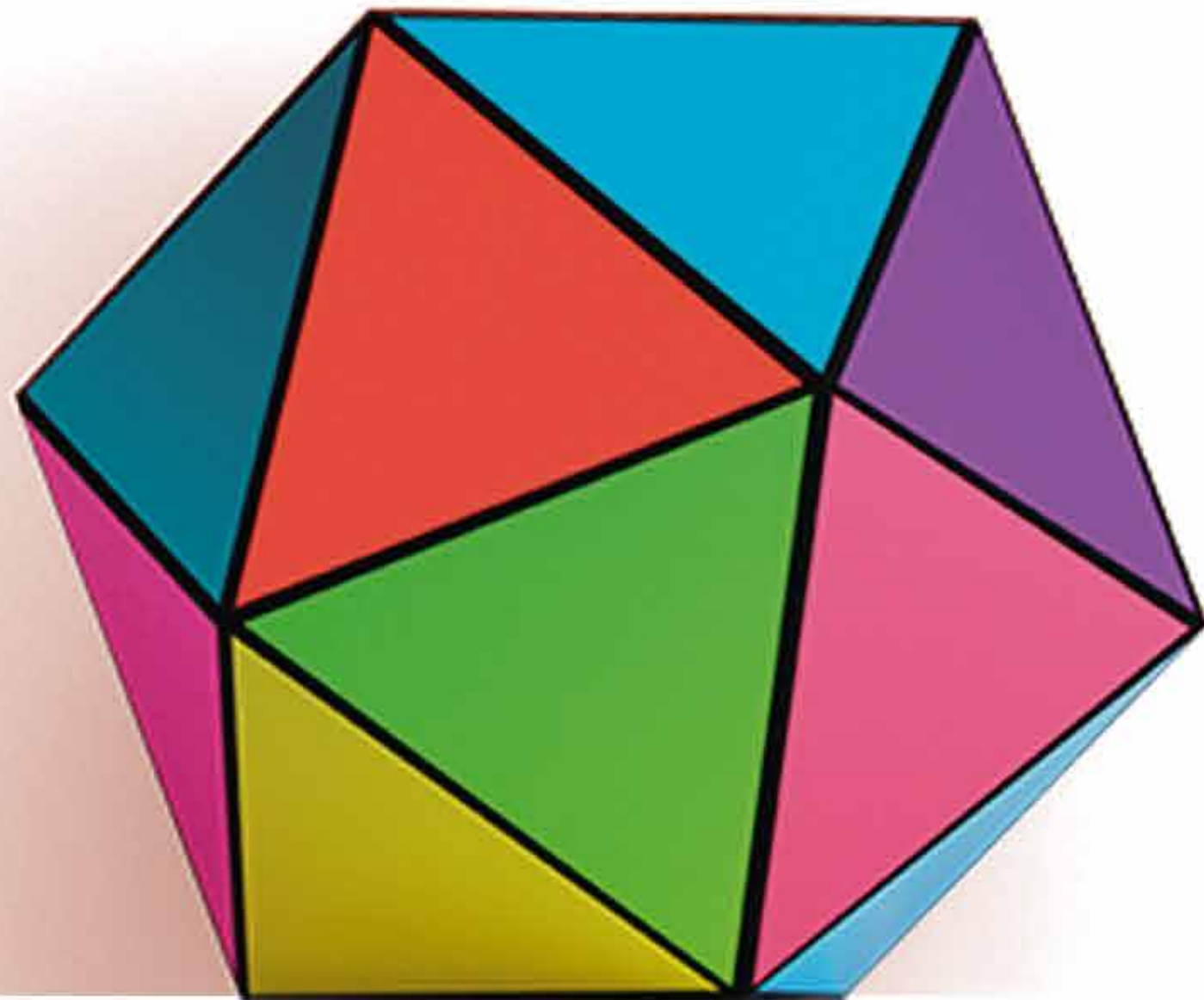


Periodistas: Para los medios como la radio, la prensa, la televisión o internet, un portafolio da un contexto para que el periodista o medio conozca la propuesta, pueda hacer entrevistas o divulgarlo.

Programadores culturales: Un portafolio sirve como referencia y como base de decisión para los encargados de agendas y programaciones culturales en espacios como teatros, centros culturales, etc.

Agencias de comunicación: Un portafolio es una de las herramientas más importantes para una agencia de comunicación. A través de él, es posible establecer pautas para estrategias de difusión, contenidos, promoción y divulgación.

Agencias de talento: Ellas necesitan un portafolio cuando arman un portafolio de talentos que representan. Es una de las bases de su trabajo.



¿CÓMO Y DÓNDE DIVULGAR SU PORTAFOLIO ARTÍSTICO?

Un portafolio completo tiene una misión inconfundible. Ayuda a establecer las relaciones entre el artista con todo tipo de agentes de las industrias creativas: comunicaciones, programaciones, prensa, etc.

Y es además un apuesta clave porque un portafolio puede complementarse con aspectos como giras, reel audiovisual, fotografías, reseñas de prensa, etc.

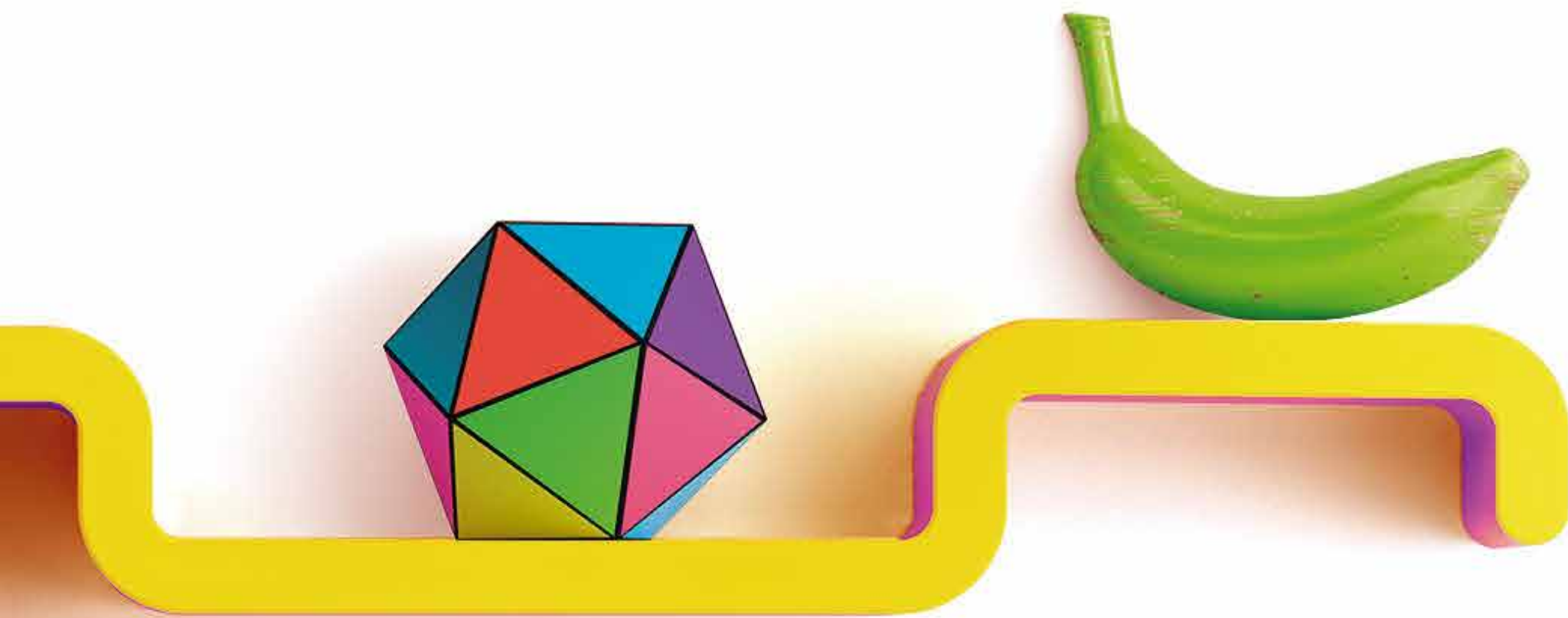
Dinamismo: En sí, estamos en un momento en el que un portafolio no es estático. Se complementa con el manejo que un artista o grupo le da a sus redes sociales. Siendo ellas uno de las herramientas de contacto en tiempo real con un público o audiencia, merecen igual esfuerzo y cuidado que un portafolio.

Trabajo en redes sociales: Las publicaciones en facebook, las fotografías subidas a Instagram, los audios subidos a soundcloud, los videos subidos a youtube, los tuits, son una extensión de esa capacidad artística; por ende no deben ser tomados a la ligera. Todo contenido en redes que se suba, debe representar y a la vez complementar la propuesta artística.

Proyección: Los portafolios son una expresión viva que acompañada del trabajo en redes sociales y cuando se usan como instrumento de relaciones en festivales y mercados culturales son parte esencial de un trabajo que posteriormente se magnifica.

Cuando existe la posibilidad de entregar el portafolio y este va acompañado de un mensaje personalizado al receptor (bien sea en un mercado cultural, un festival, un medio o cualquier otra situación), existe así la posibilidad de darle un seguimiento o conocer el interés posterior en asuntos comerciales o de comunicación de la propuesta.

Es así como una propuesta artística y un portafolio se necesitan, complementan y proyectan como necesidad de la realidad creativa.





BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS

ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE
Instituto Distrital de las Artes

