



La construcción del artista –Taller parte I

Herramientas estratégicas para desarrollarte en el mercado creativo

Tallerista: Mareike Müller

Objetivos

Dale al participante una buena selección de herramientas autogestivas sostenibles para comenzar, continuar o mejorar su carrera creativa. Incluyendo un análisis propio y un análisis de la situación actual, dichas herramientas dan continuidad a una enseñanza de manera práctica para manejarse y presentarse como su propio representante, gestor, curador, fan y consejero

A quien esta destinado...

Este taller está enfocado hacia artistas, diseñadores, estudiantes de las artes, diseño y escritura y también a gente profesional del sector creativo como podría ser gente generalmente interesada en la autogestión.

Metodología

1. Teoría y análisis para escuchar y aprender
2. Práctica para aplicar y adentrarse en el tema
3. Ejercicios en clase y en casa para profundizar y poner el conocimiento en práctica
4. Transcripciones de lo esencial de cada sesión

Descripción del taller

Para enfrentarse exitosamente y de manera autogestiva al mercado del arte o la vida creativa profesional, hay que conocer y usar varias herramientas sostenibles. Lo primero es desarrollar y seguir una estrategia hecha a la medida, y conocer el status quo de uno mismo y del mercado creativo. También hay que aprender a organizarse, enfocarse, comunicarse y presentarse de una manera adecuada ante el mercado y la competencia. El reto para que ésta experiencia sea exitosa y entretenida es que todos tomemos la palabra y contribuyamos al trazo de las rutas a seguir.

Se trabajará con materiales ilustrativos, debates en grupo, mini-ejercicios y materiales impresos. El método es una mezcla de teoría y práctica que incluirá tareas en casa.

El taller ofrece información útil para la gente que quiere conquistar el mundo creativo.

Contenido

Módulo I.I: Introducción

- Presentación de la tallerista y los objetivos
- ¿Quiénes son los participantes y por qué quieren participar?
- Encuentro-debate abierto: deseos y objetivos de los participantes

Módulo I.II: La situación actual del sector creativo

- El mercado del arte / el mundo creativo actual
- El artista y el arte – reflexiones sobre una actividad profesional
- La figura del artista ante el mercado del arte



La construcción del artista –Taller parte I

Herramientas estratégicas para desarrollarte en el mercado creativo

Tallerista: Mareike Müller

Módulo I.III: Yo, el creativo - ¿Quién soy? - ¿Qué es lo que quiero?

- Un auto-posicionamiento
 - + ¿Qué quiero y qué no quiero?
 - + ¿Qué me gusta y qué no me gusta?
 - + Lo que aún no sé pero quiero aprender
 - + ¿Qué necesito para trabajar con éxito?
 - + ¿A dónde me lleva mi carrera creativa?
 - + ¿Dónde estoy ahora en mi carrera?
 - + ¿A dónde voy, y cuándo y cómo?
- Intereses vs. pasión
- Mi interés por los demás y otras cosas en mi medio ambiente creativo
- » *Ejercicios en clase, material ilustrativo y una tarea para la próxima clase*

Módulo II: Autogestión - Establecer objetivos y lograrlos

- Dedicarte a tus pasiones
- Organizar la mente y planificar tus días - enfoque, jerarquía e importancia
- Estrategia de auto comercialización / tareas del artista
- El mito del artista hambriento - "The starving artist"
- Dinero: ganar, gastar, financiar y priorizar
- Motivación / Enfocarse en su energía
- » *Ejercicios en clase, material ilustrativo y una tarea para la próxima clase*

Módulo III: Yo y los demás

- Auto presentación / vestuario / ética de trabajo
- Lenguaje corporal / elección de las palabras / actitud / retórica
- Portafolio, CV y declaración artística
- MySpace vs. Meetspace
- Interacción / retroalimentación / éxitos y fracasos
- » *Ejercicios en clase, material ilustrativo y una tarea para la próxima clase*

Módulo IV: Vías de comunicación

- ¿Por qué es tan importante la comunicación?
- Canales de distribución
- ¿Qué medios existen?
- ¿Cuáles son mis medios? Cómo trabajar con ellos y cómo mantenerlos actualizados
- Compartir información
- Adquisición - Construir una red de contactos: ¿cómo, con quién, dónde y cuándo?
- Estrategias para mantener el contacto
- Normas y obligaciones no escritas
- Las obras de arte en interacción con el público
- Definir el valor de las obras, los precios y las comisiones
- » *Ejercicios en clase, material ilustrativo, discusión final y conclusiones*