

## Módulo 4: Los artistas en un mundo digitalizado

### 4.1 Redes sociales y herramientas digitales

 <b>Descripción de la lección</b>	La lección puede considerarse como una introducción al marketing digital, que implica la comercialización de productos y servicios a través de canales digitales para llegar a los clientes existentes y potenciales a nivel mundial
 <b>Objetivos</b>	El objetivo de esta lección es informar sobre cómo se puede utilizar la tecnología digital en el sector artístico
 <b>Resultados didácticos</b>	<p>Conocimientos:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Identificar los medios sociales y las herramientas digitales relevantes para su trabajo</li><li>• Comprender lo esencial del marketing digital</li><li>• Seguir las directrices relativas al marketing en línea</li></ul> <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Utilización de la información proporcionada para dar forma a su propia estrategia de marketing digital</li><li>• Operar como empresarios digitales</li></ul> <p>Actitudes:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Mejora de la presencia personal en redes sociales, aumentando la capacidad de influencia</li><li>• Sentirse seguro/a a la hora de crear y gestionar en un negocio en línea</li></ul>

#### La necesidad de una gestión estratégica adecuada o de marketing en el sector artístico

El siglo XXI ha traído consigo cambios relevantes en el funcionamiento del sector artístico, pero sobre todo en la mentalidad de las personas (por ejemplo, los artistas, los creadores y, especialmente, los gestores de las organizaciones artísticas). Deben superar los nuevos retos del mercado, como la globalización, la notable competencia creciente dentro del sector y el despliegue cada vez más acelerado de las nuevas tecnologías. También está cambiando la naturaleza de los clientes, que han dejado de ser los receptores del arte y se han consolidado como los creadores del mercado: "tanto estas circunstancias, como la elevada competencia en otros ámbitos, la esfera más amplia del entretenimiento en general, y las actividades de ocio han hecho que un gran número de instituciones culturales hayan cambiado su orientación hacia el producto y hayan empezado a funcionar de acuerdo con la orientación del mercado" (Lukasz Wróblewski, 2017).

Este cambio, sin embargo, sigue suscitando un gran debate, que a veces encuentra la oposición de varios representantes del sector artístico. Hay que recordar que el producto creado y ofrecido por las instituciones culturales es bastante concreto. Por ello, debe garantizar un equilibrio mantenido entre las opiniones sobre la cultura (con su valor inherente y la necesidad de protegerla a toda costa, y también la opinión de que debe ser rentable). "Una adecuada gestión estratégica o de marketing en las actividades de las instituciones culturales puede contribuir significativamente al mantenimiento de este equilibrio" (Lukas Wróblewski, 2017). Por otra parte, la gestión del marketing (en particular el emprendimiento digital), puede ayudar a los artistas a comercializar sus negocios/obras artísticas y creativas mediante el uso de medios sociales y herramientas digitales específicas. Como cualquier otro tipo de actividad humana realizada, debe ser económicamente beneficiosa.

### Cómo utilizar el marketing digital en el sector artístico

Las plataformas digitales son excelentes para compartir negocios/obras creativas, ya que ofrecen más oportunidades de atraer visitantes a los sitios web creados (donde en algún momento se convertirán en clientes), y se adaptan a las exigencias actuales de la globalización y las nuevas tecnologías. Con este tipo de marketing se da más espacio a la creatividad; va más allá de lo que se suele asociar con el marketing de salida. Las siguientes técnicas ayudan a comprender cuáles son las diferentes variantes y funcionalidades del marketing digital, centrándose en aspectos distintos (François Colbert, 2014):

1. **Marketing digital:** Todas las iniciativas de marketing online se incluyen en este apartado general. Para relacionarse con sus consumidores actuales y potenciales, las empresas utilizan canales digitales como la búsqueda en Google, las redes sociales, el correo electrónico y sus sitios web. Existe una amplia gama de estrategias que hay que tener en cuenta, desde los sitios web hasta los activos en línea, como la publicidad digital, el marketing por correo electrónico y los folletos en línea, entre otros. Los profesionales del marketing digital más eficaces tienen una clara comprensión de cómo cada activo les ayuda a alcanzar sus objetivos principales.
2. **Marketing de entrada:** En lugar de competir por la atención de los clientes, el marketing debe utilizarse para atraer a los clientes potenciales a su negocio (por ejemplo, obras de arte). El *inbound* marketing consiste en producir y difundir contenidos a todo el mundo, porque compartir es cuidar. El *inbound* marketing atrae a clientes potenciales cualificados a la empresa en cuestión y hace que vuelvan a por más mediante la producción de contenidos especialmente adaptados para atraer a los clientes objetivo e ideales.
3. **Marketing de contenidos:** Esta estrategia de marketing se centra en la producción, difusión y distribución de material para el público objetivo, normalmente online, con la intención de atraer a nuevos clientes.
4. **El viaje del comprador:** Es el procedimiento que utilizan los clientes para conocer, evaluar y comprar un nuevo bien o servicio. El viaje consta de tres etapas;
  - I. *Etapas de sensibilización:* el comprador se da cuenta de que tiene un problema.
  - II. *Etapas de consideración:* el comprador identifica su problema y establece varias opciones para resolverlo.
  - III. *Etapas de decisión:* el comprador selecciona una solución.

### **Cinco sencillos consejos para establecer su estrategia de marketing digital** (François Colbert, 2014):

1. Establecer un objetivo medible
2. Conocer al público/audiencia objetivo
3. Conocer bien el producto en cuestión
4. Analizar a la competencia
5. Prepárate para medir y analizar datos (por ejemplo, las visitas que recibes, las visualizaciones de los vídeos, etc.)

### Cómo utilizar el marketing de contenidos para compartir las artes

Para atraer más público a los sectores artísticos, los artistas deben darse cuenta de la importancia del marketing de contenidos para crear una conciencia generalizada. Últimamente, debido a la estructura y las necesidades de nuestro sistema actual, la técnica de marketing digital que ha demostrado tener más éxito a la hora de compartir las artes es el marketing de contenidos (Edward G. Thomas et al., 1993).

Dado que las artes y las salidas creativas influyen en el sector empresarial, "es lógico que las organizaciones culturales apliquen de forma similar ciertas estrategias empresariales para llevar a cabo sus propios objetivos". Al integrar el marketing de contenidos, las artes y la cultura pueden compartirse de forma más rápida, sencilla y eficaz con multitud de personas a escala mundial" (Caroline Steel, 2022).

Debería ser sencillo para las personas mostrar su apoyo a su negocio/obra artística y creativa mediante la producción de contenidos bien escritos e interesantes. La creación de una sólida base de clientes que vuelvan una y otra vez puede lograrse creando una marca reconocible y comercializándola en diversas plataformas en línea. Es más probable que la gente comparta su material y su arte cuando ofrece vídeos atractivos, actualizaciones en las redes sociales y artículos de blog educativos. Por otro lado, los artistas deben utilizar los contenidos para hacer un seguimiento rápido de los visitantes o consumidores, además de crear contenidos compartibles. Puede ser difícil atraer a nuevos seguidores a la causa, y puede ser extremadamente difícil mantener su apoyo después de su presentación o visita inicial. Afortunadamente, su personal interno o un equipo de marketing de una empresa externa pueden producir material que se base en su interacción inicial y que pueda persuadirlos para que sigan siendo útiles con el tiempo.

Por ejemplo, "si alguien visita su museo y no encuentra la forma de informarse sobre las próximas exposiciones o eventos, corre el riesgo de perderlo por una institución más interesante". El envío de contenidos que puedan convencer a las personas para que se conviertan en consumidores devotos puede hacerse promocionando sus cuentas en las redes sociales, añadiendo clientes a una lista de correo electrónico o solicitando su dirección postal. Sin este tipo de material, se corre el peligro de que los visitantes se sientan poco importantes y no se sientan obligados a establecer una conexión con su empresa" (Caroline Steel, 2022). Los artistas del sector mencionado deberían establecer relaciones duraderas con sus visitantes o clientes y conseguir su apoyo incorporando métodos de contenido digital a su estrategia de marketing.

Para crear contenidos, la siguiente lista presenta diez medios sociales que pueden utilizarse fácilmente a la hora de poner en práctica estrategias de marketing digital (Tom May, 2021):

1. [Discord](#)
2. [Twitch](#)

3. [TikTok](#)
4. [Clubhouse](#)
5. [Dayflash](#)
6. [ArtStation](#)
7. [DeviantArt](#)
8. [The Dots](#)
9. [Dribbble](#)
10. [Behance](#)
11. [Instagram](#)
12. [LinkedIn](#)
13. [Facebook](#)

**¡Examina tus conocimientos con este test!**

<b>P.1</b>	Hoy en día, la única forma que tienen los artistas de comercializar sus negocios/obras artísticas y creativas es utilizando las redes sociales y las herramientas de marketing digital.	<b>Verdadero</b>	<b>Falso</b>
<b>P.2</b>	El marketing digital puede ayudar a los artistas a beneficiarse económicamente de sus actividades.	<b>Verdadero</b>	<b>Falso</b>
<b>P.3</b>	Conocer los objetivos, la audiencia, los productos y la competencia es esencial para trazar una estrategia de marketing digital.	<b>Verdadero</b>	<b>Falso</b>
<b>P.4</b>	Hay que prestar especial atención al mantenimiento de los clientes en la técnica de marketing de contenidos.	<b>Verdadero</b>	<b>Falso</b>
<b>P.5</b>	Las herramientas de las redes sociales no son útiles para el marketing de contenidos.	<b>Verdadero</b>	<b>Falso</b>

**Respuestas correctas**

**Verdadero: P2, P3, P4**

**Falso: P1, P5**