



CLAVES PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL ESPECTÁCULO

Un webinar práctico para quienes empiezan — o quieren dar el siguiente paso

Laia Canals · Tempi — Roots Music Denmark · Nordic Folk Alliance · Folk Alliance International



“La primera vez que programaron a uno de mis artistas fuera de España, no fue por un email.

Fue por una recomendación.”

— así empieza casi todo lo que de verdad funciona

20 años al otro lado de la mesa

No hablo desde una universidad. Hablo desde la trinchera.

Técnica de sonido

Manager de artistas

Productora / Festivales

Nordic Folk Alliance

Tempi – Roots Music
Denmark

Directora de Tempi — el programa nacional de movilidad y la oficina de exportación musical de Dinamarca

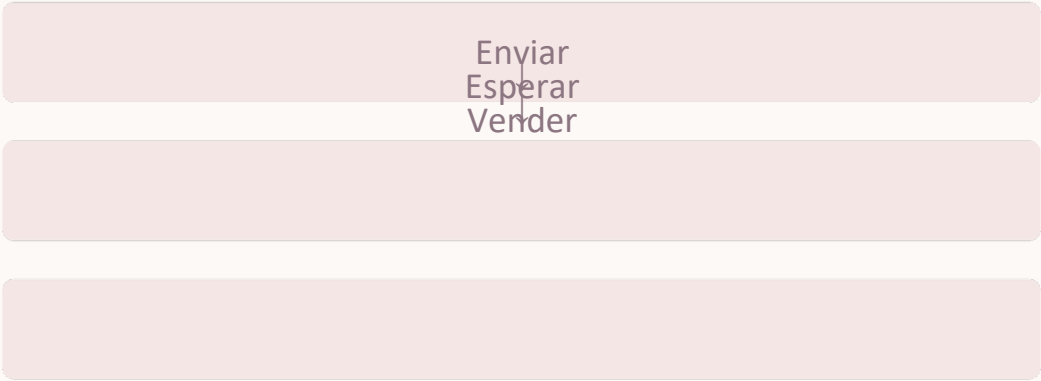
Presidenta de la Nordic Folk Alliance · Miembro de la junta de Folk Alliance International

Más de 20 años negociando colaboraciones internacionales en Europa y Norteamérica.



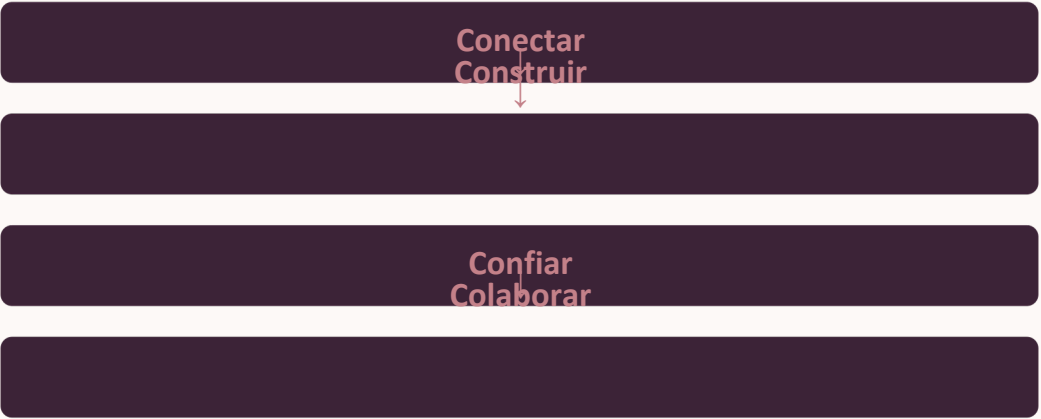
Ya no se vende una gira.
Se construye una relación.

MODELO ANTIGUO



Lineal. Termina cuando se vende (o no) la fecha.

MODELO ACTUAL



↻ se retroalimenta: cada colaboración abre la siguiente

La internacionalización no es gratis.

Es una inversión de tiempo y de recursos — no un atajo hacia más ingresos.

0 €

beneficio típico en la primera gira internacional

1–3 años

de inversión antes de ver un retorno real

Estrategia

no oportunismo: quien improvisa, pierde la inversión

Quien no lo presupuesta así, se lleva una sorpresa cara.



Internacionalizar NO es...



Traducir tu web al inglés



Ir a un showcase



Mandar 500 emails



Cuestión de suerte

¿Cuántos emails fríos has mandado este año — y cuántas respuestas reales has recibido?



El talento no es suficiente.

Esto es lo que compra de verdad un programador internacional



“

*“La confianza es la moneda
con la que se paga la internacionalización.”*

— y esa moneda se gana contacto a contacto

El mapa real del ecosistema



Ejemplos reales, con nombre propio

Dos piezas del ecosistema que conviene conocer de cerca

OFICINAS DE EXPORTACIÓN

Sounds from Spain

La plataforma nacional: ICEX + INAEM, con el sector privado (SGAE, AIE, ARTE...). Lleva a la música española a WOMEX, SXSW, Eurosonic.

Red Maraña

La red de gestión cultural de la provincia de Badajoz (AGCEX): profesionaliza, conecta y da salida internacional al sector a través de citas como la Muestra Ibérica de Artes Escénicas (MAE).

FUNDACIONES

Un papel distinto al de las oficinas

Las oficinas de exportación abren puertas y dan visibilidad. Las fundaciones (como la Fundación SGAE, o fundaciones privadas y bancarias) financian lo que ni un festival ni una gira cubren: producción, coproducción y el riesgo artístico de un proyecto nuevo.

No necesitas conocerlos a todos. Necesitas entrar bien por dos o tres puertas.



Construir la estrategia

1

Elegir mercado

Uno o dos, con criterio.

2

Investigar

Quién programa qué, y qué ayudas hay.

3

Timing

Ciclos de 6 a 18 meses de antelación.

4

Objetivos

Gira, coproducción o visibilidad: no es igual.

5

Presupuesto

Es inversión, no gasto imprevisto.

6

Alianzas

Con oficinas de exportación y redes.

7

Largo plazo

Se mide en años, no en showcases sueltos.

“La internacionalización no es un sprint. Es una relación a largo plazo con la paciencia.”

Consejos prácticos

1

Materiales

Dossier corto, inglés impecable, vídeo real.

2

Pitch

30 seg.: quién eres, qué te diferencia, por qué a ESA persona.

3

Networking

A escucha y conocer. Regla: 1h de showcase, 2h de pasillo.

4

Seguimiento

Escribe a los 3 días, no a los 3 meses.

5

Financiación

Ayudas autonómicas, AC/E, Creative Europe, Music Moves Europe.

6

Showcases

Dos años, bien preparados, mejor que cinco improvisados.

7

Colaboración europea

Coproducir con 2-3 países sobre financiación que en solitario no existe.



Errores que cuestan caro

- 1 Ir a un showcase sin una sola cita agendada
- 2 Prometer disponibilidad que luego no puedes cumplir
- 3 No responder en el idioma ni en el plazo esperado
- 4 Copiar la estrategia de otro artista en otro mercado

Lo que puedes hacer en los próximos 7 días

- 1 Elige un mercado y estúdialo a fondo
- 2 Prepara un dossier de una página, en inglés impecable
- 3 Identifica tres contactos reales, no genéricos
- 4 Escribe a uno esta semana, con un mensaje personal
- 5 Agenda tu próximo showcase — con cita previa

Aquella recomendación se convirtió en cinco años de gira por el norte de Europa. No fue suerte — fue una relación que se cuidó, año tras año.

“

“No se internacionaliza un espectáculo.

Se internacionaliza una relación de confianza —

y el espectáculo viaja con ella.”

Preguntas frecuentes

- 1 ¿Por dónde empiezo si no tengo contactos?
- 2 ¿Cuánto presupuesto necesito realmente?
- 3 ¿Merece la pena ir a un showcase si soy pequeño?

Gracias.

LaiaCanals · Tempi–RootsMusic Denmark · Nordic Folk Alliance · Folk Alliance International

[correo / LinkedIn — a completar por Laia]

