

# **VOL. 5**

# **ART**

# **BATTALION**

# **FESTIVAL**



**EN W**  
LAB

# ÍNDICE

**01\_El Festival**

**02\_Contenido**

**03\_El Equipo**

**04\_El Espacio**

**05\_Los Artistas**

**06\_Audiencia**

**07\_Comunicación**

**08\_Presupuesto**

**09\_Programación**

**10\_Patrocinio**

**11\_Análisis Dafo + Came**







# **\_01 EL FESTIVAL**

**Art Battalion Festival es un lugar de producción, contemplación y reflexión que fomenta la creación y disfrute del Arte en todas sus formas.**

**ORÍGENES** En 2016, Álvaro Borobio funda Temporary Artistic Zone y junto a Daniel Silvo, nace la primera edición. En el 2017 White Lab se suma al proyecto, convirtiéndose en la sede del festival de Art Battalion Festival.

**CÓMO** Realizando prácticas artísticas de creación, divulgación y experimentación del arte contemporáneo, que además posibilite la producción y la colaboración artística entre creadores públicos y entorno.

**PARTICIPANTES** Creadores y artistas contemporáneos, así como comisarios, investigadores, teóricos del arte y todo aquel que quiera dar vida al espacio.

**ACTIVIDADES** Además de la exposición, se desarrollarán una serie de actividades paralelas al festival como conciertos, performances, talleres, conferencias, etc.

**POR QUÉ** Por la necesidad de espacios que fomenten el arte emergente y alternativo en Madrid, así como la apertura de vías de intercambio entre el artista y el espectador, permitiendo establecer canales de reflexión y de experimentación entre ambos.



# IMPLICACIÓN INTERVENCIÓN INTERCONEXIÓN

Estos son los **tres conceptos** clave de este festival de arte, en el que los proyectos artísticos romperán los esquemas clásicos de la exposición, para crear verdadera **interconexión** entre **creación, público y espacio**.

Con este objetivo, la **convocatoria Art Battalion 2019**, estuvo abierta para que artistas de todos los ámbitos presentaran su propuesta.

Los proyectos ganadores son seleccionados por un jurado elegido por el equipo de Art Battalion.

El jurado, compuesto por profesionales del sector artístico y empresarial, analizará todos los dossiers enviados. Esto permite que curadores, galeristas, artistas reconocidos y gestores culturales, entre otros, puedan conocer las propuestas de artistas jóvenes y emergentes.

## \_02 CONTENIDO

El resultado del año pasado fueron **12 proyectos de artes visuales y 2 artes performativas**, que forman la parte más importante de la programación del festival.

Buscamos **artistas emergentes**, con motivación e implicación en las actividades programadas. Con estilos alternativos, contemporáneos y urbanos.



### **Ian Vila San José**

Organizador del evento

-Contenido & Patrocinadores-

Arquitecto y artista cofundador de WhiteLab, con experiencia en Centro Europa, Pekín y Japón.



### **Luís Balaguer Rioja**

Organizador del evento

-Financiación & Espacio-

Arquitecto y cofundador de WhiteLab con experiencia en Pekín, "Keep Walking" es la manera de alcanzar sus metas.



### **Mia de Diego**

Organizadora del evento

-Artistas & Programación-

Arquitecta y galerista de WhiteLab con experiencia en Chile y en ferias de arte.



### **Gabriela Alverde**

Organizadora del evento

-Coordinación de eventos-

Psicóloga con experiencia en México.

Su prioridad es el trato humano.



### **Álvaro Borobio**

Creador y embajador del evento

-Artista & Colaborador-

Artista y arquitecto con residencias en Latino América.



### **Benjamin Czuprinski**

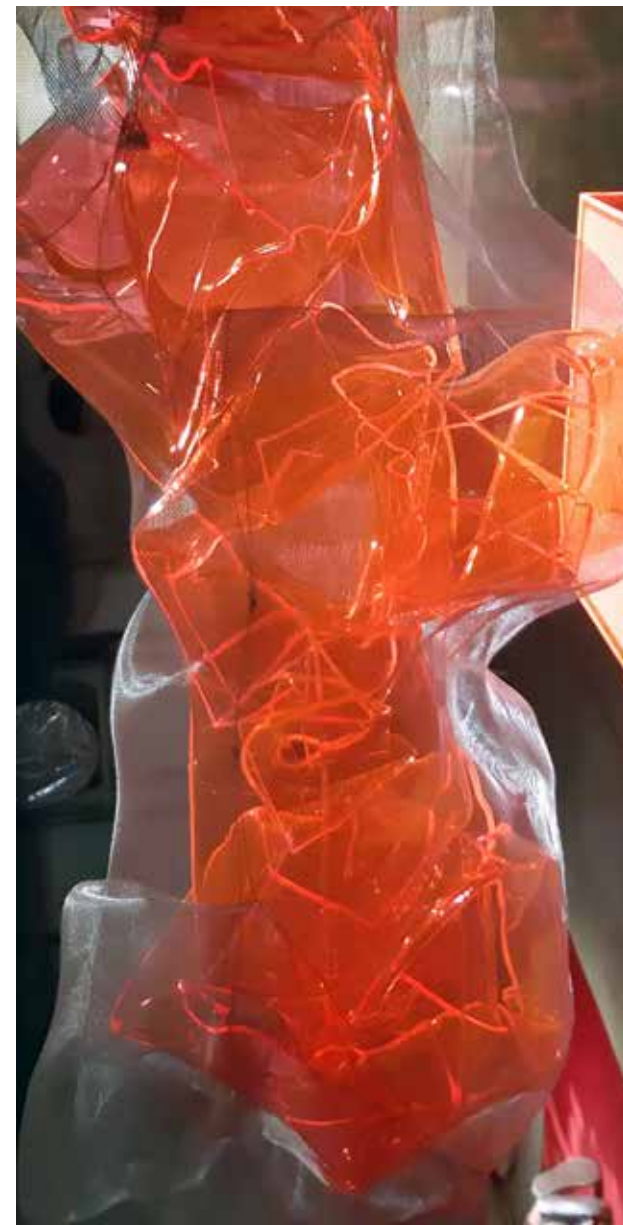
Organizador del evento

-Redes sociales y Marketing digital-

Estudiante de Nueva York

especializado en comunicación.

## **\_03 EL EQUIPO**







## **\_04 BUNKER 150 m2**



## **\_04 EL ESPACIO**

White Lab es una planta dividida en tres espacios de exposición muy diferentes: ATRIO, STAGE y BUNKER, que hacen un total de 800 m2.



**\_04 ATRIO**  
**130 m2**



**\_04 STAGE**  
**270 m2**





# **\_05 LOS ARTISTAS**



BARBARA LONG



NORBERTO RODRIGUEZ



GABRIEL CASTAÑO



ALICIA MARTÍN



ELISA BALLESTEROS



DAVID PAYA



EN CRUDO



IRIA MARTINEZ



JUDITH BOROBIO



ÁLVARO BOROBIO



GONZALO DE LAS CUEVAS



PEDRO ELE



CHRISTIAN PARDO



MIGUEL ANGELIT



EL TENDEDERO





Aunque el perfil del asistente es mayoritariamente adulto, también hacemos distintas propuestas culturales a un perfil más joven, con el fin de llegar al mayor número de visitantes durante todo el festival.

### EXPERIENCIA

Motivación del asistente: curiosidad por ver cómo trabaja el artista, realizar actividades conjuntas, conocer nuevos artistas y movimientos culturales.

### CÓMO CAPTARLOS

A través de las redes sociales de los artistas, ofertas, concursos, regalos y actividades atractivas e interactivas para todos los perfiles de asistentes que tendremos durante el festival.

## \_06 AUDIENCIA

**60 % Adultos** mayores de 30 años  
**30 % Jóvenes** 18 a 30 años  
**10 % Otros** niños y mayores de 70 años



## ONLINE Y OFFLINE

Plan de comunicación 2.0 Gestión de Social Media: gestión y realización de contenidos, captación de fans y seguidores, establecimiento de contacto con líderes de opinión (instagrammers, bloggers y youtubers...)

Cubrimos las tareas de un gabinete de prensa: elaboración de dossier de prensa, coordinación de prensa y preparación de encuentros con los medios; atención personalizada a las necesidades de los medios, elaboración de agenda de medios, presencia y atención personalizada durante el festival.

## AUDIOVISUALES

**Spot promocional de 30 segundos para redes:** Creatividad, grabación, realización y edición de un spot previo al festival.

**Spot de 2 minutos con la programación:** Creatividad, edición y postproducción de spot de programación con material de las compañías.

**Documentación del festival:** Fotografía, vídeo y actividades por parte de documentalistas.

**Entrevistas Battalion:** Entrevistas personalizadas a los artistas participantes y agentes culturales del festival

# \_07

# COMUNICACIÓN





# **\_08 PRESUPUESTO**

## **GANANCIAS PARA EL PATROCINADOR**

Productos para publicitar y promocionar.

Dar una imagen solidaria, cultural y creativa de la marca.

Promover el arte emergente en Madrid, actividades culturales y un acercamiento a posibles clientes.

Involucración en el arte urbano de Madrid.

## **COSTES**

### **MATERIAL 1.300 €**

Para cada artista 100 € x 10 artistas: 1.000 €

Montaje / desmontaje: 300 €

### **PUBLICIDAD 8.500 €**

Marketing (flyer, posters, web): 1.000 €

Redes sociales (promoción de eventos): 1.000 €

Media (Radio, webs, revistas culturales): 2.000 €

Videos (spot + vídeos resumen) 4.500 €

### **OTROS 3.500 €**

Mantenimiento y gastos del local de 3 días 3.500 €  
(2 coordinadores, 2 camareros, espacio, luz)

### **ARTISTAS 1.600 €**

**TOTAL : 14.900 €**

## **PATROCINIOS PRINCIPALES VOL 4**



COLABORADORES Y MEDIA PARTNERS



El inicio de convocatoria se abrirá el 20 de abril de 2020, con cierre el 19 de junio de 2020

El día 30 de junio se comunicarán los finalistas.

Entre el 1 de julio y el 15 de julio se asignará un espacio a cada artista.

El 7 septiembre a las 10.00, el batallón de artistas trasladará su taller al espacio con el fin de conquistarlo.

**El Festival dará comienzo el 10 de septiembre a las 20.00 con un Dj invitado.**

**El 12 de septiembre tendrá lugar la clausura del festival, en la que contaremos con conferencias, talleres actividades, conciertos, performance y mucho más.**

# PROGRAMACIÓN

## \_09





## COLABORACIÓN PREMIO

Aportación - Publicidad

- **PRODUCTOS GRATIS DURANTE EL FESTIVAL**

- **SET DE MATERIALES PARA LOS ARTISTAS**

Promoción de los patrocinadores con una publicación diaria en redes sociales durante del festival.

- **MASTERCLASS/ CURSOS TÉCNICOS**

Publicación diaria durante el festival y presencia en el video resumen.

## COLABORACIÓN CON ACTIVIDADES PLÁSTICAS

**¿Qué ofrecemos?** Publicaciones y convocatorias en prensa, relacionadas con el festival como marca protagonista. Contaremos con una producción de vídeo del festival, en el que los patrocinadores podrán aparecer como marca.

**¿Qué nos pueden aportar?**

Actividades como: “Masterclasses” dirigidas a un público compuesto por 25 artistas o; talleres infantiles/familiares, en el que niños y familias conozcan vuestro producto.

# \_10 PATROCINIO

## COLABORACIÓN ECONÓMICA

- **1000 €** Publicación diaria en redes sociales con logo/ producto durante el festival

- **1.500 €** Publicación diaria durante el festival y presencia en el vídeo resumen

- **2.500€** Diseño personalizado de su producto por un artista seleccionado por la empresa dentro de la convocatoria, además de las publicaciones diarias en redes sociales y presencia en el vídeo del festival

- **3.000€** Además de lo anterior, tendrán publicidad semanal en la web y redes sociales y redes sociales del festival durante todo el año



## FORTALEZAS

**El festival es gratuito.** Artistas y público pueden disfrutar de arte contemporáneo con una entrada libre. Es la ventaja de ser un festival sin ánimo de lucro.

Los artistas interactúan en el espacio nutriéndose de manera recíproca.

Los 800 m2 del espacio permiten acoger una gran variedad de obras de gran dimensión.

**Crecimiento exponencial.** Año tras año, el festival ha ido aumentando la calidad, la dimensión y el impacto.

## MANTENER FORTALEZAS

Creación de una red de comunicación y divulgación interna.

Potenciar la alianza entre los artistas.

## DEBILIDADES

Localización: fuera del núcleo central de galerías.

Sin espacio exterior para actividades.

Financiación.

## CORREGIR DEBILIDADES

Colaborar con circuitos de movimiento de arte contemporáneo.

Búsqueda de patrocinio.

Inversión en marketing.

## EXPLOTAR OPORTUNIDADES

Contactar con nuevos patrocinadores.

Investigar nuevas estrategias y aplicarlas a nuestro festival.

Promover el festival en circuitos de arte/turísticos.

## OPORTUNIDADES

Tendencia favorable del mercado.

Aparición de nuevas vías laborales.

## AMENAZAS

Oferta cultural de otras galerías.

Carencia de un presupuesto que permita publicitar apropiadamente el festival.

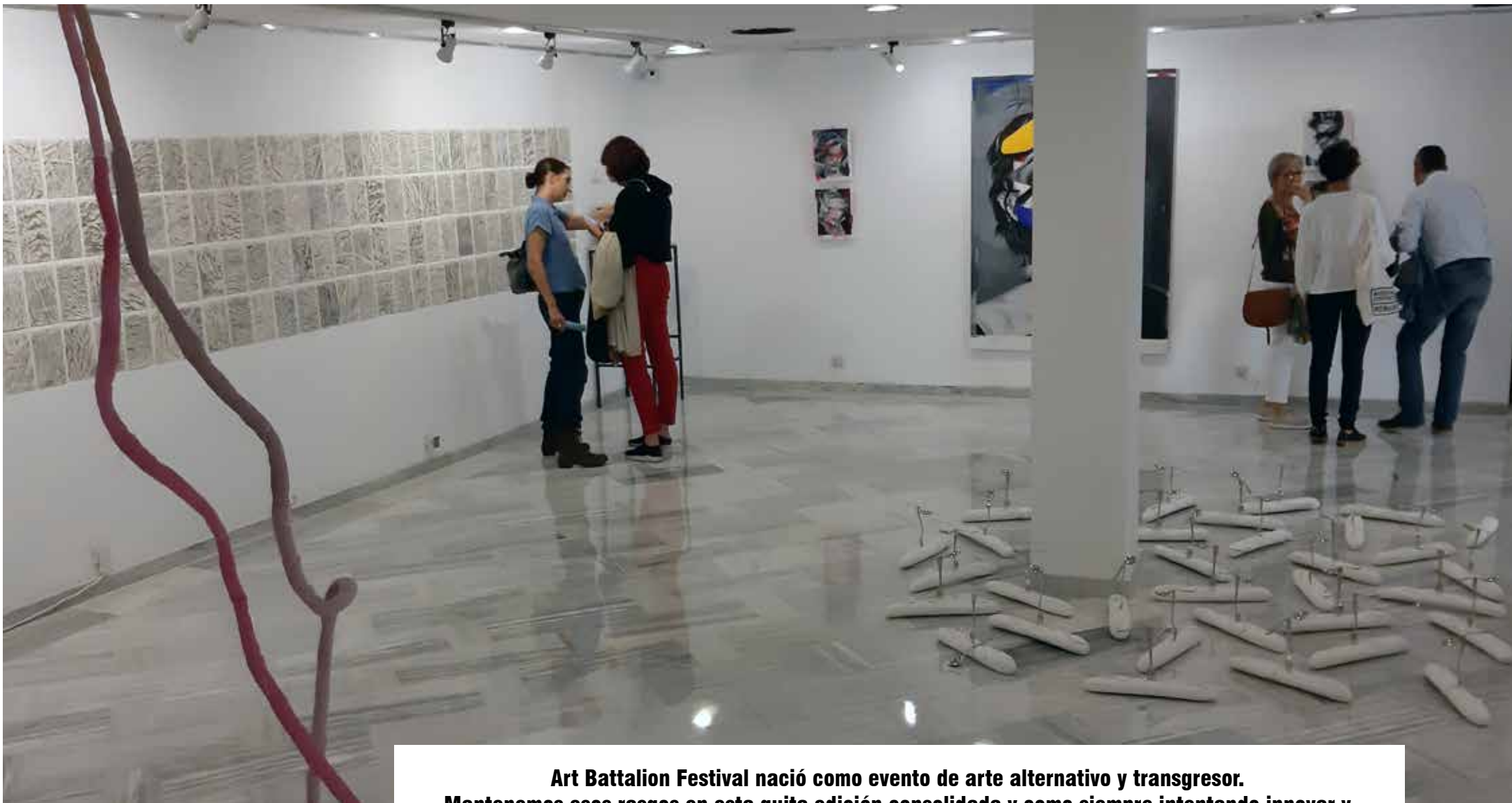
Falta de implicación pública en actividades culturales.

## AFRONTAR AMENAZAS

Ofrecer actividades y artistas emergentes con propuestas novedosas y distintas al mercado convencional.

Retransmisión online del festival para llamar a la participación a través de redes.

Alianzas con gestores culturales y responsables de contenidos de creación.



**Art Battalion Festival nació como evento de arte alternativo y transgresor.  
Mantenemos esos rasgos en esta quita edición consolidada y como siempre intentando innovar y  
aprender..**

