



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



FACULTAT DE BELLES  
ARTS DE SANT CARLES

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Facultad de Bellas Artes

El emprendimiento del artista en la actualidad.

Trabajo Fin de Grado

Grado en Bellas Artes

AUTOR/A: Carreres Fluixá, Alba

Tutor/a: Barbero Abreu, Cristina

CURSO ACADÉMICO: 2023/2024

## **RESUMEN**

Estudio y práctica sobre el emprendimiento del artista plástico en España, incluyendo el papel de las redes sociales.

## **PALABRAS CLAVE**

Emprendedor, artista, estrategias, creatividad, mercado, redes sociales



## **ABSTRACT**

Study and practice on the entrepreneurship of plastic artists in Spain, including the role of social media.

## **KEY WORDS**

Entrepreneur, artist, strategies, creativity, market, social media.

## **AGRADECIMIENTOS**

A mi tutora, Cristina Barbero Abreu, por su disponibilidad y su trato desde el cariño, que me ha hecho sentir un gran apoyo en todo momento.

A todas las personas que han seguido mis proyectos y han hecho posible que no pierda la motivación.

A mis padres Jose y Sandra y mi hermano Josep por confiar siempre en mí y recordarme día a día que soy capaz de realizar todo lo que me proponga.

## ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	6
2. OBJETIVOS PRINCIPALES Y SECUNDARIOS .....	6
3. METODOLOGÍA .....	7
4. MARCO TEÓRICO .....	8
4.1 DEFINICIÓN DEL EMPRENDIMIENTO ARTÍSTICO PLÁSTICO ....	8
4.2 EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO EMPRENDIMIENTO EN LAS ARTES .....	8
4.2.1 Diversificación de modelos de negocio .....	9
4.2.2 Los colectivos de artistas .....	11
4.2.3 Crowdfunding.....	12
4.2.4 Residencias artísticas .....	13
4.2.5 Teorías y modelos de emprendimiento aplicadas al campo artístico .....	14
4.3 SITUACIÓN DE LOS ARTISTAS PLÁSTICOS EMPRENDEDORES EN ESPAÑA .....	15
4.3.1 Actividad artísticas y precariedad laboral de los artistas en España .....	16
4.4 ARTISTAS Y REDES SOCIALES .....	18
4.4.1 Plataforma TikTok .....	18
4.4.1.1 Oportunidades que ofrece la plataforma. ....	20
4.4.1.2 Funcionamiento de la plataforma .....	20
4.4.1.3 Métricas importantes a la hora de analizar las estadísticas de TikTok y su utilidad.....	21
4.4.1.4 Cómo crecer en la plataforma .....	22
4.4.2 Experiencias previas de artistas emprendedores en Redes Sociales .....	23
5. MARCO PRÁCTICO .....	24

5.1 EMPRENDIMIENTOS PERSONALES .....	25
5.1.1 Marca personal .....	26
5.1.2 Joyería .....	30
5.1.3 Encargos .....	32
5.1.4 Libro y cartas del tarot .....	34
5.2 PROMOCIÓN .....	34
5.2.1 Mercadillos .....	34
5.2.2 Concursos .....	35
5.2.3 Pegatinas .....	35
5.2.4 Adaptación del producto a redes sociales. ....	36
5.2.4.1 Gestión de Redes Sociales .....	36
5.2.4.1.1 Instagram .....	36
5.2.4.1.2 TikTok .....	37
5.2.4.2 Consejos para un feed de artista atractivo .....	38
5.3 PRESUPUESTO .....	38
5.4 RESULTADOS Y CONCLUSIONES .....	39
6. REFERENCIAS .....	42
7. ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS .....	47
8. ANEXOS .....	49

# 1. INTRODUCCIÓN

“Siempre va a existir el arte como expresión del alma humana pues el artista tiene una vocación intrínseca y no produce por dinero, sin embargo, llegará el día en que el artista se dé cuenta que debe vender su producción para continuar a futuro con su proyecto de vida.” (José De Financiación E investigación Comercial, 2021)

La palabra emprendedor está cargada de una connotación relacionada a la motivación del sueño de implementar una idea, a la innovación y a la visión futura, lo cual hace que la palabra emprendedor no se defina como un título laboral, sino como un estado mental para abordar la vida.

La elección de este tema se justifica por la importancia que tiene para los artistas la comercialización de su obra y la necesidad de encontrar nuevas formas de llegar a un público más amplio. Este trabajo de fin de grado pretende contextualizar la situación del artista plástico que empieza a emprender usando como herramientas las redes sociales, en especial TikTok, a través de un estudio de investigación recopilatorio y de experiencia personal.

Mediante la investigación previa de lo que conlleva ser un artista plástico emprendedor me gustaría enmarcarme en mis prácticas y propias vivencias para poder establecer cierta experiencia. Pretendo a su vez invitar a otros artistas a usar como ejemplo o guía este trabajo para evitar ciertos errores o pasos innecesarios a la hora de empezar en el mundo del emprendimiento.

## 2. OBJETIVOS PRINCIPALES Y SECUNDARIOS

Como objetivos principales se encuentran:

Partir de la investigación para contextualizar la situación del artista plástico emprendedor actual y estudiar los retos y desafíos a los que se enfrentan. Y analizar los proyectos artísticos y estrategias de emprendimiento desarrolladas por el autor.

A continuación, como objetivos secundarios se encuentran:

1. Identificar y analizar diferentes modelos de negocio utilizados por artistas plásticos emprendedores.
2. Indagar en las estrategias de marketing y promoción empleadas por artistas plásticos emprendedores.
3. Explorar el uso de las tecnologías digitales y las redes sociales para la promoción y venta del arte, en especial TikTok.
4. Analizar los proyectos artísticos y las estrategias de emprendimiento desarrolladas por el autor.
5. Recoger y analizar las reflexiones y experiencias del autor sobre los retos y satisfacciones de ser un artista plástico emprendedor.
6. Formular recomendaciones prácticas para que los futuros artistas plásticos puedan desarrollar sus propias iniciativas emprendedoras.
7. Sugerir áreas de investigación futura para profundizar en el tema del artista plástico emprendedor.

### **3. METODOLOGÍA**

Para resolver este trabajo se llevaron a cabo tres fases:

En la primera se desarrolló la parte práctica. Esta empezó el 30 de Julio de 2022, en la cual se llevaron a cabo una serie de prácticas artísticas relacionadas con el emprendimiento, tanto creación de joyería como exposiciones o gestión de redes. La duración de esta práctica se extiende hasta la actualidad.

En la segunda fase empieza la investigación, en la cual se extrae información de distintas fuentes mediante revisiones bibliográficas y análisis de datos de la situación del artista plástico actual en España y la evolución del concepto del emprendimiento, buscando un mayor conocimiento para poder llegar a la fase tercera.

En esta última etapa se realizó una interpretación y recopilación de datos a partir de la parte práctica, la primera fase. Se comparten y redactan una serie de procesos y estrategias que se llevaron a cabo en donde se experimenta el emprendimiento propio para finalmente poder llegar a las conclusiones.

## **4. MARCO TEÓRICO**

El marco teórico se compone de una serie de investigaciones y análisis de datos que abordan varios temas necesarios para contextualizar el trabajo, desde redes sociales hasta la precariedad laboral de los artistas españoles, Crowdfunding, etc.

### **4.1 DEFINICIÓN DEL EMPRENDIMIENTO ARTÍSTICO PLÁSTICO**

El emprendimiento artístico implica identificar oportunidades, planificar estratégicamente, gestionar recursos y promocionar el trabajo artístico con el fin de generar impacto social, cultural y económico. Los emprendedores en este ámbito buscan establecer sus propias carreras como artistas visuales, gestionando aspectos como la producción, exhibición, venta y promoción de su trabajo. Deben aplicar tanto habilidades creativas y técnicas para producir obras de arte, así como también habilidades empresariales para promover y comercializar estas.

### **4.2 EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO EMPRENDIMIENTO EN LAS ARTES**

El concepto de emprendimiento en las artes ha experimentado una evolución significativa a lo largo del tiempo. Inicialmente, el término "emprendimiento" estaba más asociado con la creación de negocios y empresas en sectores convencionales, dejando de lado el ámbito artístico. Sin embargo, con el paso del tiempo, se ha reconocido que los artistas también son emprendedores en su sentido más amplio.

La evolución del concepto de emprendimiento en las artes se puede observar a través de varios aspectos:

Tradicionalmente, este se centraba en la innovación tecnológica y empresarial. Sin embargo, se ha reconocido cada vez más el valor creativo y

cultural del emprendimiento artístico. Ahora los artistas son vistos como generadores de ideas innovadoras y como agentes de cambio cultural.

Anteriormente, los artistas solían enfrentarse a desafíos para profesionalizar su trabajo y obtener reconocimiento económico. Con la evolución de este concepto, se ha promovido la profesionalización del sector, brindando herramientas y recursos para que los artistas gestionen sus carreras de manera efectiva. Por ejemplo, con academias y programas de formación artística. Han surgido Instituciones educativas y programas especializados en gestión de carreras artísticas (Cómo la Universidad de las Artes de Filadelfia con un programa de Licenciatura en Emprendimiento y Gestión de las Artes).

También se encuentran sitios web que proporcionan herramientas y recursos para que los artistas gestionen su presencia en línea, que además ofrecen tutoriales, herramientas de marketing y opciones de comercio electrónico.

Seguidamente grupos como la Asociación de Artistas Visuales de España ofrecen servicios de asesoramiento, networking<sup>1</sup> y promoción para artistas, lo que permite profesionalizarse y acceder a oportunidades de exposición y venta.

Por último, muchas instituciones gubernamentales y organizaciones sin fines de lucro ofrecen fondos y becas para artistas emergentes, lo que les permite dedicar más tiempo y recursos a su práctica artística y avanzar en sus carreras. Por ejemplo, el Programa de Becas de la Fundación Pollock-Krasner<sup>2</sup> ofrece apoyo financiero a artistas en etapas tempranas.

#### **4.2.1 Diversificación de modelos de negocio**

A medida que el concepto de emprendimiento en las artes ha evolucionado, también lo han hecho los modelos de negocio en este ámbito.

---

<sup>1</sup> El networking es el proceso o habilidad que permite crear o ampliar una red de contactos profesionales, así como la capacidad de mantener esas conexiones con el paso del tiempo, para lograr beneficios a lo largo de una carrera laboral.

<sup>2</sup> Página principal del Programa de Becas de la Fundación Pollock Krasner [Apply – Pollock-Krasner Foundation \(pkf.org\)](https://www.pkf.org)

Artistas individuales han creado sus propias tiendas en línea a través de plataformas como Etsy<sup>3</sup>, Shopify<sup>4</sup> o Big Cartel<sup>5</sup>, donde pueden vender directamente sus obras de arte a una audiencia global sin la necesidad de intermediarios.

Muchos artistas encontraron nuevas oportunidades de ingresos con colaboraciones con marcas y empresas para crear arte para productos, campañas publicitarias o eventos especiales. Por ejemplo, el artista contemporáneo Yayoi Kusama ha colaborado con marcas como Louis Vuitton y Target para crear con su característico estilo de arte pop (véase Figura 1).

Los artistas también han diversificado sus modelos de negocio participando en ferias de arte locales e internacionales, donde pueden exhibir y vender su trabajo directamente a coleccionistas, galeristas y aficionados al arte. Como ejemplos de estas ferias tenemos: ARCOmadrid<sup>6</sup>, Art Basel<sup>7</sup> y Frieze Art Fair<sup>8</sup>.

Y también han explorado nuevas formas de expresión artística colaborando con otros artistas y profesionales de diferentes disciplinas. Esto ha dado lugar a proyectos multidisciplinarios que combinan arte, música, teatro, tecnología y otras formas de creatividad para crear experiencias únicas y atractivas para el público. Un ejemplo de esto es el proyecto de arte interactivo "The Rain Room", creado por el colectivo artístico Random International (Véase figura 2).



Figura 1. Colaboración de Yayoi Kusama con Louis Vuitton.



Figura 2. The Rain Room, creado por el colectivo artístico Random International.

<sup>3</sup> Página principal de Etsy: [www.etsy.com](http://www.etsy.com)

<sup>4</sup> Página principal de Shopify: [www.shopify.com](http://www.shopify.com)

<sup>5</sup> Página principal de Big Cartel: [www.bigcartel.com](http://www.bigcartel.com)

<sup>6</sup> Página principal de ARCOmadrid: <https://www.ifema.es/arco>

<sup>7</sup> Página principal de Art Basel: [Art Basel \[2024\] | basel.com](http://Art%20Basel%202024%20|%20basel.com)

<sup>8</sup> Página principal de Frieze Art Fair: [Art Madrid'24 – Feria de Arte Contemporáneo \(art-madrid.com\)](http://Art%20Madrid'24%20-%20Feria%20de%20Arte%20Contempor%C3%A1neo%20(art-madrid.com))

Por último, algunos artistas han adoptado modelos de negocio basados en suscripciones y membresías, donde los seguidores pagan una tarifa mensual o anual para acceder a contenido exclusivo, como tutoriales, obras de arte exclusivas o descuentos en productos. Un ejemplo de esto es el programa de membresía Patreon<sup>9</sup>, utilizado por muchos artistas para obtener apoyo financiero continuo de sus seguidores.

#### 4.2.2 Los colectivos de artistas

En lugar de trabajar individualmente, algunos artistas han formado colectivos para colaborar en proyectos y compartir recursos. Estos colectivos pueden abordar temas sociales, políticos o medioambientales, y trabajar en instalaciones, eventos comunitarios o proyectos de arte público. Como ejemplo tendríamos:

Guerrilla Girls<sup>10</sup> es un grupo de artistas feministas que luchan contra la discriminación de género en el mundo del arte. Utilizan carteles, exhibiciones y otras formas de arte para llamar la atención sobre la representación desigual (Figura 4).

Theaster Gates Studio<sup>11</sup> es un grupo dirigido por el artista Theaster Gates, trabaja en proyectos de regeneración urbana y revitalización comunitaria en áreas desfavorecidas. Utilizan el arte como una herramienta para transformar espacios urbanos abandonados en centros culturales vibrantes y sostenibles.



Figura 3. Exposición Guerrilla Girls.



Figura 4. Mural del colectivo Nuestra Arma es Nuestra Palabra.

<sup>9</sup> Página principal de Patreon: <https://www.patreon.com/es-419>

<sup>10</sup> Página principal de Guerrilla Girl: <https://www.guerrillagirls.com/>

<sup>11</sup> Página principal de Theaster Gates Studio: <https://www.theastergates.com/>

O Nuestra Arma es Nuestra Palabra, un colectivo de artistas indígenas en México que utiliza el arte para preservar y promover la cultura y las tradiciones indígenas. Ellos trabajan en colaboración con comunidades locales para crear murales, obras de arte públicas y eventos culturales que celebran la identidad indígena y luchan contra la discriminación (Figura 3).

También se han creado espacios de coworking específicamente diseñados para artistas, donde pueden compartir estudios, herramientas y conocimientos que fomentan colaboración, la inspiración mutua y la creación de redes profesionales.

#### **4.2.3 Crowdfunding**

Para financiar proyectos artísticos, los artistas han recurrido al crowdfunding.

El crowdfunding es una forma de financiación online que prescinde de intermediarios financieros ya que funciona a través de donaciones de usuarios. Estas plataformas permiten a los artistas obtener apoyo económico directamente de su audiencia.

Existen cuatro tipos principales de crowdfunding:

De recompensa, en el que los patrocinadores contribuyen con dinero a un proyecto a cambio de una recompensa específica, como un producto o servicio.

De préstamo, donde los inversores prestan dinero al proyecto y esperan ser reembolsados con intereses en el futuro.

De inversión, en el cual los inversores adquieren una participación en el proyecto y, con el que pueden obtener ganancias si en un futuro tiene éxito.

Y por último donación, en el que los patrocinadores realizan contribuciones monetarias sin esperar ninguna recompensa tangible a cambio.

Entre algunas plataformas populares de crowdfunding se encuentran: Kickstarter<sup>12</sup>, Indiegogo<sup>13</sup>, GoFundMe<sup>14</sup> y Seedrs<sup>15</sup>.

<sup>12</sup> Página principal de Kickstarter: [Kickstarter](https://www.kickstarter.com/)

<sup>13</sup> Página principal de Indiegogo: <https://www.indiegogo.com/>

<sup>14</sup> Página principal de GoFundMe: <https://www.gofundme.com/es-es>

<sup>15</sup> Página principal de Seedrs: <https://europe.republic.com/businesses/seedrs>

#### 4.2.4 Residencias artísticas

Las residencias artísticas ofrecen a los artistas la oportunidad de trabajar en un entorno diferente durante un período de tiempo determinado. Algunas residencias proporcionan alojamiento, estudio y financiamiento, lo que permite a los artistas concentrarse completamente en su trabajo y experimentar con nuevas ideas y técnicas.

España cuenta con una variedad de residencias artísticas que ofrecen oportunidades para artistas locales e internacionales como, por ejemplo:

Hangar, Centre de Producció d'Arts Visuals<sup>16</sup> (Barcelona), es un centro de producción de artes visuales que ofrece programas de residencia para artistas visuales, curadores y teóricos. Proporciona espacios de trabajo, equipamiento técnico y apoyo profesional para el desarrollo de proyectos artísticos.

La Casa de Velázquez<sup>17</sup> (Madrid), es un centro cultural francés que ofrece residencias artísticas para artistas visuales, músicos, escritores, historiadores y otros profesionales de las artes y las humanidades. Los residentes tienen acceso a estudios individuales, alojamiento y oportunidades de colaboración interdisciplinaria.

Can Serrat Centre de Creació<sup>18</sup> (El Bruc, Barcelona), es un centro de creación artística ubicado en un entorno natural que ofrece residencias para artistas en todas las disciplinas, así como programas de intercambio cultural y actividades comunitarias.

Matadero Madrid<sup>19</sup> (Madrid), es un centro de creación contemporánea que ofrece residencias artísticas para artistas, comisarios, investigadores y otros profesionales del sector cultural. Proporciona espacios de trabajo, apoyo técnico y oportunidades de colaboración con otros artistas y organizaciones culturales.

---

<sup>16</sup> Página principal de Hangar: [Hangar | Centre de producció i recerca d'arts visuals](#)

<sup>17</sup> Página principal de Casa Velázquez: [Casa de Velázquez | Casa de Velázquez \(casadevelazquez.org\)](#)

<sup>18</sup> Página principal de Canserrat: <https://canserrat.org/es/about>

<sup>19</sup> Página principal de Matadero Madrid: [NOSOTROS | Matadero Madrid](#)

Por último, el Centro de Arte y Naturaleza de la Fundación Beulas<sup>20</sup> (Huesca) se encuentra en un entorno natural y ofrece residencias artísticas para artistas interesados en explorar la relación entre el arte y la naturaleza. Los residentes tienen la oportunidad de trabajar en un entorno rural y participar en proyectos de arte medioambiental.

#### **4.2.5 Teorías y modelos de emprendimiento aplicadas al campo artístico**

Para que un artista tenga éxito laboral hay varias teorías y modelos de emprendimiento:

El primer modelo se trata del creativo, el cual se centra en la idea de que el emprendimiento en las artes plásticas implica la creación de valor a través de la innovación y la creatividad. Por ejemplo, un artista que utiliza técnicas nuevas o materiales inusuales para producir sus obras podría ser considerado un emprendedor creativo. Además, aquellos artistas que desarrollan estrategias originales de promoción y comercialización para llegar a su audiencia también se ajustan a este modelo.

La Teoría de la Identidad Artística trata de que los artistas plásticos construyan su identidad personal y profesional a través de su trabajo creativo. Podríamos usar como ejemplo a un artista que se inspira en su herencia cultural o en sus experiencias personales para informar su arte. Este arte se puede convertir en una ventaja competitiva y una parte integral de su estrategia emprendedora ya que es una identidad artística única.

El Modelo de Desarrollo de Carrera Artística describe las etapas típicas por las que pasan los artistas en su trayectoria profesional. Se puede usar como ejemplo a un artista emergente que comienza su carrera participando en exposiciones locales o vendiendo obras en línea, mientras que un artista establecido puede tener representación en galerías de renombre y ser reconocido a nivel internacional. El modelo ayuda a los artistas a entender las etapas de su desarrollo y a planificar su crecimiento profesional.

La teoría del Ecosistema Cultural considera el entorno más amplio en el que operan los artistas, incluyendo instituciones culturales, políticas públicas y

---

<sup>20</sup> Página principal de CDAN: [CDAN | Centro de Arte y Naturaleza. Museo en Huesca](#)

dinámicas de mercado. Un artista puede beneficiarse de políticas gubernamentales que apoyen las artes o de la presencia de una comunidad artística vibrante en su área local. Este modelo se puede promover reconociendo que el emprendimiento artístico plástico forma parte de un ecosistema cultural que incluye sectores como la financiación, la normativa, las políticas públicas y la innovación, esto puede ayudar a los artistas a aprovechar mejor las oportunidades disponibles y a enfrentar los desafíos.

Y por último el modelo de Innovación Disruptiva en el Arte, el cual se centra en la idea de que los artistas pueden lograr el éxito al desafiar las convenciones establecidas en el arte y explorar nuevas formas de expresión y mercados. Por ejemplo, un artista que utiliza tecnologías digitales para crear arte interactivo o que vende sus obras directamente a través de plataformas en línea, evitando los canales tradicionales de distribución. Son artistas que pueden cambiar el panorama artístico al ofrecer algo nuevo y diferente.

### **4.3 SITUACIÓN DE LOS ARTISTAS PLÁSTICOS EMPRENDEDORES EN ESPAÑA**

*“Por amor al arte, seré también empresario además de artista”, “Por amor al arte eres artista, pero por amor a sobrevivir debes saber gestionarte como empresario.”* (Ramón S. Viñas, 2019). Los artistas plásticos emprendedores se enfrentan a la precariedad económica y dificultades para obtener ingresos estables, lo que lleva a la necesidad de complementar otro trabajo para poder vivir.

Existe mucha falta de apoyo institucional y de un marco legal favorable, además se encuentra poca presencia e impacto internacional de los artistas españoles en ferias y mercados. Por último, se tiene el arte como un lujo o un privilegio en lugar de un bien cultural valioso por parte de algunos sectores de la sociedad, aunque ahora, está habiendo un creciente interés de coleccionistas latinoamericanos por adquirir arte español contemporáneo.

Por otra parte, están surgiendo plataformas y empresas que conectan al artista con clientes e iniciativas de autogestión de los artistas para promover su trabajo y defender sus derechos

#### **4.3.1 Actividad artísticas y precariedad laboral de los artistas en España**

A continuación, se exponen los resultados de la situación económica de los artistas en España según un estudio llevado a cabo en 2018 de los profesores Marta Pérez de la universidad de Antonio Nebrija e Isidro Aparicio de la Universidad de Granada:

En esta investigación se han entrevistado un 48% hombres y un 52% de mujeres. De los cuales las edades varían sobre todo de entre 30 a 60 años, pero incluyendo también de 20 a 70 años. Igualmente representando a comunidades más pobladas como Madrid o Cataluña, y comunidades más pequeñas como Navarra o Extremadura. Cabe mencionar que más de la mitad de los entrevistados han realizado estudios superiores de Bellas Artes, y un 39'7% declara haber realizado estudios en el extranjero.

Según este estudio, los ingresos totales anuales del 46'9% de los artistas españoles entrevistados, contabilizando todas las actividades profesionales, sean o no artísticas, es igual o inferior a 8000€ al año, el umbral del salario mínimo interprofesional.

Dentro de este porcentaje para el 63,8%, los ingresos procedentes de actividades artísticas representan menos del 20%, y apenas el 15% declara mantenerse exclusivamente de su actividad como creadores. Además, casi un tercio de los participantes se declara trabajador autónomo, mientras que casi otro tercio figura como desempleado.

En la mayoría de los casos los autónomos solo han podido darse de alta en aquellos meses que han podido hacer frente a las cuotas de la Seguridad Social y la Agencia Tributaria, y se ven obligados a darse de baja si no pueden económicamente, simultaneando así la condición de trabajador autónomo con la de desempleado.

Los datos de años de cotización son muy bajos, más del 83% ha cotizado por un período inferior a 5 años, lo que demuestra la dificultad de los artistas de cotizar un mínimo de 35 años de trabajo para poder beneficiarse de un subsidio de jubilación.

Es importante destacar que en los últimos años la mayor parte de los artistas en activo han participado mayoritariamente en exposiciones (84%) y han vendido obras en un porcentaje importante (59%), aunque el valor

unitario es relativamente bajo (el 60% venden su obra por menos de 500€ de precio medio).

Solo el 31% de los artistas encuestados mantienen relaciones con galerías o marchantes, el resto mantienen una relación esporádica sujeta a exposiciones individuales o colectivas puntuales, adquisición o encargo de obra, venta de obra en depósito, etc. Estas relaciones estables están sujetas por lo general en acuerdos verbales (83%) sin firmas de contratos.

El 98.7% de los artistas encuestados declaran ser retribuidos por sus galerías o marchantes solo cuando se realiza una venta de obra, y manifiesta serias dificultades para cobrar dicha venta, lo que dificulta mantener una cierta periodicidad en sus ingresos.

Por otro lado, los artistas que perciben entre el 80 y 100% de sus ingresos por actividades artísticas, presentan unas determinadas características: Tienen edad de entre 30-50 años (53%), son mayormente hombres (63%), por lo general son pintores (66%), viven en pareja sin hijos (46%), son autónomos (66%) y llevan más de 15 años de profesión (58%). Sobre todo, lo que caracteriza a este grupo de artistas es que están vinculados a galerías de arte de una manera estable (64%).

Las circunstancias laborales de los artistas participantes de este estudio evidencian la precariedad en el desempeño económico de su actividad profesional. Se trata de trabajadores mayoritariamente autónomos y con un alto grado de desempleo, con ingresos que en su mayor parte apenas rondan el salario mínimo interprofesional, con serias dificultades para hacer frente a los gastos habituales y con menor capacidad que la media nacional para hacer frente a una hipoteca o para mantener a personas dependientes, personas con pocos años de cotización a la Seguridad Social y con una gran inseguridad ante las futuras prestaciones de jubilación.

“A diferencia de cualquier otro profesional, que se dedica a su actividad mientras recibe una retribución por ella o cambia de trabajo según sus necesidades y circunstancias, el artista sigue creando, quizá por necesidad, quizá porque la pulsión creadora es más fuerte que las necesidades económicas. La actividad expositiva no se ha abandonado ni siquiera en los

momentos más delicados de la crisis, incluso cuando han desaparecido las galerías de referencia y los artistas han debido encontrar espacios alternativos o sus propios estudios para mostrar su obra, participando en proyectos compartidos, reduciendo los costes al máximo, buscando financiación en el micro mecenazgo, en la concreción, mostrando una generosidad y un deseo de compartir su actividad con la sociedad dignos del mayor reconocimiento.” (PÉREZ IBÁÑEZ & LÓPEZ-APARICIO PÉREZ, 2018)

#### **4.4 ARTISTAS Y REDES SOCIALES**

¿Deberíamos los artistas sacrificar parte del tiempo dedicado al taller y proyectos artísticos para dedicarlo a las redes sociales? “Quienes temen mostrar trabajos en proceso, recibir opiniones abiertamente o exponerse a “ser copiados” poco tienen que hacer en las redes sociales.” (Fossatti, 2011)

La participación en redes de Internet implica tiempo, constancia y esfuerzo, pero de ninguna manera es tiempo perdido, sino invertido en aprender, compartir, conocer y generar contactos.

Las redes sociales dan visibilidad y proyección y han ayudado a los artistas emergentes, creadores de contenido, diseñadores, etc. a tomar un hueco en la sociedad. Donde los seguidores y las visualizaciones son fundamentales, ya sea que el público compre o no, ayudan a expandirse. El arte en las redes tiene las características de conectividad e interactividad del medio pudiendo llegar a ser viral. Sobre todo, no solo mostrar el proyecto final, sino también el proceso en vídeos cortos, ya que ahora el interés de los usuarios también es aprender.

##### **4.4.1 Plataforma TikTok**

TikTok<sup>21</sup> es una red social gratuita de videos cortos, de entre 15 segundos y 1 minuto de duración, que permite a los usuarios crear y compartir contenido de manera dinámica y entretenida

A diferencia de otras redes sociales, el algoritmo de recomendaciones de TikTok promueve la visualización de videos en función de likes, compartidos y

---

<sup>21</sup> Página principal de TikTok: <https://www.tiktok.com/es/>

búsquedas, lo que lo convierte en una herramienta poderosa para la viralización de contenidos, siempre que se sepa cómo usarla.

En esta red social el contenido es generado por usuarios. La mayoría de los usuarios de TikTok son espectadores que no crean contenido, y entre quienes sí crean, generalmente lo hacen por diversión sin dedicarle mucho esfuerzo. Aunque por otra parte se encuentran canales de emprendimientos y otros que sí cuidan sus publicaciones mediante un estudio de las tendencias y estadísticas de sus seguidores.

TikTok busca aumentar el número de perfiles activos guiando a los usuarios de contenido generado por estos, hacia contenido generado por profesionales, mientras tanto también hay una gran cantidad de contenido orgánico generado por marcas que financian a TikTok, lo que significa que esta red es un nuevo modelo de negocio.

Es una gran oportunidad y herramienta para, en este caso los artistas, ya que, según un estudio de la facultad de psicología de la Universidad Complutense de Madrid<sup>22</sup>, las redes tienen un gran impacto en los estudiantes (véase Figura 55), por lo tanto, un gran impacto en las actuales y futuras generaciones.

“TikTok sí es un medio viable para comunicar efectivamente y lograr un alcance e influencia significativa, convirtiéndose en una herramienta útil y asequible para pequeños y medianos emprendimientos dinámicos locales.” (Muñoz Catalán,2022).

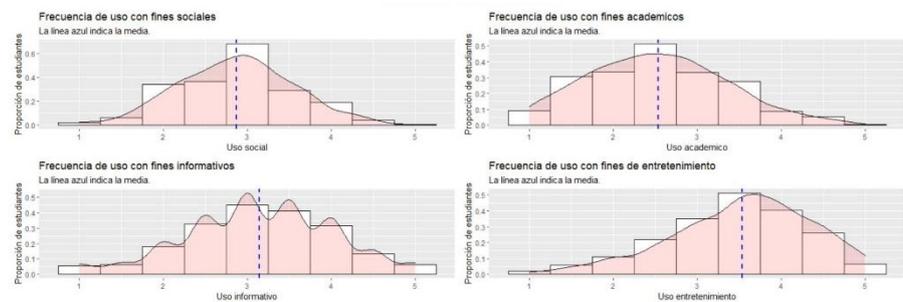


Figura 5 Frecuencia de uso con fines sociales, académicos, informativos y de entretenimiento. Estadísticas sacadas de un estudio de la facultad de psicología de la Universidad Complutense de Madrid.

<sup>22</sup> Estudio de la facultad de psicología de la Universidad Complutense de Madrid: <https://www.ucm.es/observatorio/file/informe-proyecto-6?ver>

#### 4.4.1.1 Oportunidades que ofrece la plataforma.

TikTok ofrece varias oportunidades tanto para creadores de contenido como para marcas y empresas.

Esta aplicación tiene un Programa de Creadores que permite ganar dinero a través de anuncios, donaciones de seguidores, venta de productos y patrocinios de marcas.

Además, la plataforma facilita que los videos se vuelvan virales rápidamente, permitiendo a los creadores ganar miles o millones de seguidores.

Es una red versátil que incentiva la creación de contenido original, divertido y creativo a través de retos, efectos, filtros y herramientas de edición.

Las marcas pueden promocionarse de forma orgánica a través de Hashtags, Challenges<sup>23</sup>, colaboraciones con creadores influyentes y anuncios en formato de videos cortos.

Además, TikTok es muy popular entre los jóvenes, lo que permite a las marcas llegar a este segmento de consumidores de forma directa.

#### 4.4.1.2 Funcionamiento de la plataforma

Esta red tiene un editor de video integrado con varias funciones para crear y editar videos de forma sencilla<sup>24</sup>. Algunas de sus principales características son:

Grabar videos de hasta 10 minutos de duración directamente en la app<sup>25</sup>.

Añadir música, efectos de sonido y voces desde la biblioteca de TikTok.

Aplicar filtros, ajustar la velocidad del video, añadir stickers<sup>26</sup> y textos.

Recortar y unir clips<sup>27</sup> de video de forma intuitiva.

Permite usar herramientas para sincronizar labios con canciones y efectos visuales como la realidad aumentada.

<sup>23</sup> Traducido al castellano como desafíos.

<sup>24</sup> Página principal de los editores de vídeo de TikTok: <https://invideo.io/make/tiktok-video-editor/>  
<https://www.capcut.com/create/tiktok-video-editor>

<sup>25</sup> Traducido al castellano como aplicación.

<sup>26</sup> Traducido al castellano como pegatinas.

<sup>27</sup> Segmento corto de contenido de audio o video.

Y por último también tiene opción de subir videos desde la galería para posteriormente editarlos dentro de la app.

Para poder crear un vídeo hay que tocar el botón “+” en la parte inferior de la pantalla, una vez el video esté editado, la aplicación da opción de publicarlo en el perfil, guardarlo para seguir editándolo más tarde o compartirlo en privado para que nadie lo vea.

Al abrir la aplicación de TikTok, lo primero que aparece en pantalla son los vídeos de otros usuarios, estos se pueden ir pasando, deslizando el dedo hacia arriba o hacia abajo o usando la barra de búsqueda que se encuentra arriba para encontrar contenido o usuarios específicos.

Además, TikTok permite dar “me gusta<sup>28</sup>” a los vídeos que te agraden y dejar comentarios, al igual que se puede seguir a otros usuarios y responder las interacciones de los vídeos.

Por último, a la hora de personalizar el perfil se puede escoger una foto, una biografía y una imagen de portada al igual que pueden vincular las cuentas de otras redes sociales.

#### 4.4.1.3 Métricas importantes a la hora de analizar las estadísticas de TikTok y su utilidad.

Estudiar a profundidad las estadísticas permite descubrir los tipos de videos que mejor funcionan, optimizar el contenido para la audiencia específica y publicar en los momentos ideales para aumentar el engagement<sup>29</sup> y el alcance en TikTok.

Algunas de las métricas más importantes a tener en cuenta son las visualizaciones del vídeo, una alta cantidad de visualizaciones indica que el vídeo está teniendo un buen alcance.

Identificar los elementos comunes de los videos exitosos (duración, formato, temática, efectos, etc.) sirve para poder usar esas mismas estrategias en futuras publicaciones.

---

<sup>28</sup> El botón ‘Me gusta’ en las redes sociales es una herramienta que permite a los usuarios mostrar su aprobación o interés por un contenido en particular.

<sup>29</sup> El engagement es el nivel de compromiso, entusiasmo y lealtad que tiene una audiencia con una marca.

La tasa de finalización de video muestra el porcentaje de usuarios que visualizaron el vídeo hasta el final, esto indica que el contenido es atractivo para los usuarios. Los videos con más visualizaciones y una mayor tasa de finalización, indicarán que el contenido es más retentivo para la audiencia.

Los me gusta, comentarios y veces compartido son métricas clave de interacción que reflejan la repercusión del contenido con la audiencia. Más interacciones indican mayor engagement. Videos con altas tasas de interacción son señal de que el contenido está resonando con la audiencia.

También se recomienda responder comentarios y crear conversaciones para poder aumentar las interacciones.

El crecimiento de seguidores permite medir el tamaño y expansión de la audiencia en TikTok con el tiempo.

Es importante conocer la edad, género y ubicación de los seguidores para crear contenido más relevante para un público objetivo. Al igual que Identificar los momentos de mayor actividad de la audiencia permite programar las publicaciones para maximizar el alcance.

Y por último analizar las visualizaciones y popularidad de los hashtags<sup>30</sup> ayuda a elegir los más efectivos para aumentar la visibilidad.

#### 4.4.1.4 Cómo crecer en la plataforma

Mediante un seguimiento de la plataforma se comprobó que:

Elegir un tema específico en el que se esté cómodo, y en el que se pueda crear contenido de valor para la audiencia, ayudará a atraer seguidores interesados.

Crear contenido de alta calidad, original, entretenido y atractivo con una buena iluminación, sonido y edición hará que los vídeos sean visualmente agradables. Y publicar con regularidad, al menos un vídeo al día marcará la diferencia e incrementará el número de interacciones del perfil.

También es importante en esta plataforma aprovechar las tendencias y desafíos, publicar este tipo de vídeos ayuda a aumentar la visibilidad del perfil

---

<sup>30</sup> Una palabra o serie de palabras precedidas por el símbolo de la almohadilla (#), utilizado en plataformas web de internet para etiquetar o categorizar contenido



Figura 7. Perfil de TikTok de Matt Chessco.



Figura 8. Matt Chessco celebrando los 100 millones de suscriptores.



Figura 9. Perfil de TikTok de Holly Tudor.

y permite llegar a una audiencia más amplia al igual que a crear conexión con los usuarios.

#### 4.4.2 Experiencias previas de artistas emprendedores en Redes Sociales

Matt Chessco es un artista que ha sabido aprovechar las oportunidades que ofrece TikTok para construir una carrera y negocio de arte de manera exitosa, compartiendo sus retratos inspirados en el arte pop y logrando una gran audiencia y reconocimiento en la plataforma.

Dejó su trabajo como ingeniero industrial y diseñador mecánico a principios de 2020 para dedicarse por completo al arte.

Y en poco más de 3 años, ha adquirido más de 2.2 millones de suscriptores en YouTube y 2.8 millones de seguidores en TikTok (Figura 7, Figura 8), con sus videos recibiendo más de 2 mil millones de visualizaciones en todas las plataformas.<sup>31</sup>

Este artista es conocido por compartir videos de sus retratos inspirados en el arte pop de celebridades, los cuales ha logrado viralizar y monetizar a través de su presencia en TikTok.

Su arte ha llegado a los hogares de varias celebridades como Post Malone, Bella Poarch, Corn Kid y Gary Vee.

Actualmente vive entre Los Ángeles y Montreal, y comparte su trabajo artístico a través de su sitio web y redes sociales como TikTok (@mattchessco).<sup>32</sup>

Holly Tudor, también conocida como @Isthisreallife.studio. Es otra artista emprendedora que abarca páginas como Instagram<sup>33</sup> y TikTok<sup>34</sup> para promocionarse. Tiene un estilo propio muy marcado que se caracteriza por ilustraciones simétricas compuestas por figuras simples de estilo “doodle” y tribal.

Hace uso de las redes sociales para promocionar sus productos (Figura 9), que en su mayoría son bandanas, mantas, velas o camisetas a partir de ilustraciones digitales. En sus vídeos a veces muestra el proceso de un proyecto artístico o simplemente el resultado de este.

<sup>31</sup> TikTok de Matt Chessco: <https://www.tiktok.com/@mattchessco?lang=es>

<sup>32</sup> Web de Matt Chessco: <https://mattchessco.com/>

<sup>33</sup> Instagram Holly Tudor: <https://www.instagram.com/itrl.studio?igsh=NXZpMWl5bWJybnZz>

<sup>34</sup> TikTok de Holly Tudor: <https://www.tiktok.com/@isthisreallife-studio?lang=es>



Figura 10. Perfil de TikTok de Emily Hett.

Y en sus redes sociales se puede encontrar el link a su página web donde vende todas sus obras<sup>35</sup>.

Emily Hett Art es una artista plástica que se caracteriza por la realización de obras con patrones coloridos y vibrantes inspirados en la naturaleza (Figura 10).

Esta artista trabaja una gran variedad de disciplinas, incluyendo la cerámica, pintura y escultura pública. "My aim is to make uplifting artworks which spark a moment of joy." (EMILY HETT ART, s. f.).

Estudió Bellas artes en la universidad de Loughborough, durante sus estudios realizó un año en una residencia de Tecnologías de Fabricación donde descubrió su amor por los patrones. Después de graduarse y completar una beca de un año en asociación con la universidad de Loughborough y el "Artists Benevolent Fund", se dispuso a crear un pequeño estudio en su casa. Y ahora finalmente tiene un gran estudio donde trabaja en sus proyectos.

Emily realiza tanto piezas de cerámica artísticas como funcionales. Gestiona redes sociales como Instagram<sup>36</sup> donde muestra el proceso de algunos de sus trabajos y a su vez promociona y vende sus obras en la página web anclada en su perfil.<sup>37</sup>

## 5. MARCO PRÁCTICO

Para empezar en el mundo laboral un artista emprendedor debe dar sus primeros pasos, es por eso por lo que la pasión por vivir del arte lleva a querer conocer más allá de las paredes de la universidad e intentar introducir un pie en la venta del producto al mundo real.

En los siguientes apartados voy a explicar algunas de las actividades que llevé a cabo y que me ayudaron a empezar y obtener resultados.

<sup>35</sup> Web de Holly Tudor: <https://itr1studio.com>

<sup>36</sup> Instagram de Emily Hett: <https://www.instagram.com/emilyhettart?igsh=MTA2Zmx6dWJ1bXluag==>

<sup>37</sup> Web de Emily Hett: <https://emilyhettart.co.uk>



Figura 11. Proyecto de ilustración y marca páginas para la fiesta de Sant Jordi.



Figura 12. Proyecto de mural en el suelo para Fiestas Xeresa 2022. Realizado por el autor.

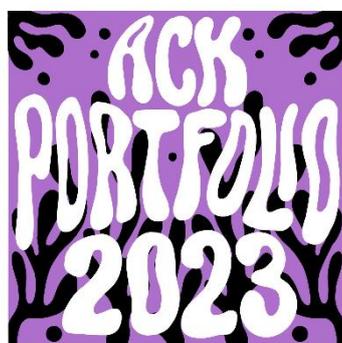


Figura 13. Portada del portafolio para 2023. Realizada por el autor.

## 5.1 EMPRENDIMIENTOS PERSONALES

Los proyectos comenzaron el 30 de julio de 2022 con la realización de una ilustración para una portada que entró a concurso (Figura 32). Con este trabajo empecé a gestionar la red social de Instagram con la elaboración de publicaciones para el *Feed*.

Posteriormente, el 15 de septiembre imprimí mi primer set de pegatinas promocionales, con el que empecé a hacer publicidad pegándolas por la ciudad de Valencia y alrededores (Figura 33).

El 23 de septiembre creé las primeras pruebas de diseños para imprimir en sudaderas, realicé una serie de encuestas a los seguidores para buscar su opinión. Más tarde, el 21 de octubre obtuve mi primer set de seis diseños diferentes de pegatinas promocionales (Figura 34).

Durante este periodo subí imágenes y cree contenido para las redes sobre trabajos realizados en la universidad.

El 8 de agosto se imprimieron los ejemplares del libro de “Festes Xeresa” con mi portada y se repartieron por todo el pueblo y las empresas correspondientes (Figura 35).

Durante este periodo de tiempo se gestionaron encargos de ilustraciones personalizadas gracias a la auto promoción que realicé previamente en redes durante meses (Figura 25).

El 24 de enero de 2023 inicié con el proyecto de joyería y la promoción en Instagram junto a la creación de contenido en TikTok (Figura 23).

A su misma vez, las pegatinas de la marca se fueron expandiendo por distintos países como República Checa o Rumanía.

El 9 de marzo salieron a “Pre-Order” oficialmente las sudaderas con los 4 diseños iniciales. El 11 de marzo salieron las camisetas de manga corta (Figura 16).

El 22 de marzo asistí a un Mercadillo donde se vendieron sudaderas, camisetas, pegatinas y pendientes que fueron preparados para stock previamente.

Realicé contenido visual sobre el Mercadillo y la gestión para TikTok e Instagram (52, 53).



Figura 14. Perfil de TikTok del autor.



Figura 15. Cartel ilustrado, Wroclaw.

Mientras se iban sacando nuevos diseños de pendientes, se recibían más pedidos de ambos emprendimientos y se diseñaban nuevas camisetas. El 8 de mayo salió a la venta otro diseño de camiseta en modelo blanco<sup>38</sup> y finalmente, el 16 de mayo junto con el set de pegatinas, salió a la venta el último diseño de camisetas hasta ahora.

Se siguieron promocionando los emprendimientos y creando contenido para redes hasta el momento.<sup>39</sup>

El 11 de mayo se realizó la segunda portada a concurso para “Fiestas Xeresa 2023” (Figura 31).

El 13 de mayo acabé el portafolio de artista que serviría para realizar las preselecciones de los nuevos estudiantes para la universidad de Wroclaw (Figura 13).

El 23 de octubre de 2023 realicé una animación que fue proyectada en una exposición en Polonia y fue cabeza de cartel en la promoción de esta.<sup>40</sup>

Y el 2 de enero de 2024 finalicé el proyecto del tarot ilustrado junto con el libro para futura impresión (ver anexos) .

Y por último el 14 de febrero presenté a concurso un cartel ilustrado en Wroclaw (Figura 15).

Durante este periodo de tiempo mantuve cierta actividad en redes subiendo videos de cerámica, animación, ilustración y otros.<sup>41</sup>

### 5.1.1 Marca personal

A partir del interés de la realización de una serie de camisetas y sudaderas con diferentes ilustraciones, decidí iniciar una marca.

Este emprendimiento se llevó a cabo el 9 de marzo de 2023 y finalizó el 26 de mayo de 2023 con los últimos pedidos. Se vendieron un total de 67 unidades.

<sup>38</sup> Contenido sobre nuevo diseño de camiseta:

<https://www.tiktok.com/@ackfisde/video/7234552134010752282>

<sup>39</sup> Ejemplo de contenido de TikTok:

<https://www.tiktok.com/@ackfisde/video/7241648045518048538>

<sup>40</sup> Contenido sobre la animación:

<https://www.tiktok.com/@ackfisde/video/7320290980752641312>

<sup>41</sup> Contenido sobre cerámica:

<https://www.tiktok.com/@ackfisde/video/7330656183063252257>

Primeramente, me encargué de hacer una búsqueda intensiva de proveedores, encontrar una tienda ya sea online o física que se encargue de imprimir los diseños en las camisetas. Los requisitos eran una buena prenda de base, quería que el corte de la ropa fuese de mi gusto y de buena calidad, no me servían las camisetas convencionales que se suelen usar para imprimir diseños. Además, buscaba que la impresión fuera buena, nada de pegatinas que se destiñesen ni quitaran al lavar. En resumen, quería una calidad buena de producto, una calidad que se pudiese encontrar en tiendas y un producto duradero. Otro de los requisitos a tener en cuenta fue el precio, ya que no dispongo de un gran margen económico al igual que mis clientes, quería que la ropa fuera accesible para todo el mundo sin dejar de lado la calidad.

Los pedidos funcionarían a “pre-order”, por lo que no me importaba si la empresa de personalizado trabajaba al por mayor o al por menor, aunque guardé como preferencia la primera opción para tratar de ahorrar en cada pedido. Otro requisito fundamental era la personalización de etiquetas, para mí es muy importante que el cliente tenga una experiencia con la marca y el producto completa, es por eso por lo que busqué una institución que tuviese este servicio de etiquetado personalizado, en el que no se viera la marca de la camiseta base en la que se imprimía.

A tener en cuenta un factor muy importante fue la posible área disponible para la impresión de la ilustración en la prenda, ya que tenía un gran interés en abarcar una gran parte de la zona trasera de la ropa con los diseños, mientras que la mayoría de las empresas solo tienen disponible un pequeño trozo.



Figura 16. Mock-up de uno de los diseños de camiseta del emprendimiento de la marca desarrollada por autor.

Con esta búsqueda acabé haciendo muchas pruebas de presupuestos en empresas online y contactando y acudiendo a empresas físicas por la zona de Valencia y Gandía, para finalmente decantarme por “Parannoid Tees”, una pequeña tienda recomendada por una persona de confianza situada en el centro de Valencia. Después de haber barajado todas las demás opciones y con un conocimiento básico de los servicios que ofrecía esta empresa el siguiente paso fue hablar con el encargado y acudir para un acuerdo de los detalles, como presupuesto, tipo de impresión, marca y modelo de las prendas, zonas y tamaños a imprimir, tiempo de espera, funcionamiento de cada pedido y formato de archivo de las ilustraciones.

Las prendas se imprimieron en formato DGT<sup>42</sup>, descartando la idea de planchas de serigrafía por la cantidad de colores usados en las ilustraciones y la subida del precio de producción inicial. Se escogió el modelo “Hammer GIH000” de la marca Guildan para las camisetas de manga corta y el modelo “Sudadera con capucha” de la marca C&A para las sudaderas. (ver anexos) Las ilustraciones se realizaron en canvas con formato “A3”<sup>43</sup> a “300PPP”<sup>44</sup> de resolución, con fondo transparente y se enviaron en formato “jpg”<sup>45</sup>. En total fueron 2 ilustraciones diferentes por prenda, una delante y otra detrás en formato más pequeño con la etiqueta personalizada de la talla correspondiente. (ver anexos)

<sup>42</sup> La impresión DTG, denominada así por sus siglas en inglés Direct To Garment, es un sistema de estampación de última generación que imprime directamente desde un archivo digital a un tejido.

<sup>43</sup> Tamaño: 29,7 x 42 cm.

<sup>44</sup> Los puntos por pulgada, es una medida utilizada para describir la resolución de una imagen. Cuanto mayor sea el número de PPP, más nítida y detallada será la imagen.

<sup>45</sup> El formato JPG es un método de compresión de imágenes utilizado para almacenar y compartir fotografías digitales



Figura 17. Camisetas empaquetadas y listas para entregar.



Figura 18. Interior del paquete.



Figura 19. Pegatina de papel de la marca.

Seguidamente realicé el *mock-up*<sup>46</sup> de cada una de las prendas, señalizando además el nombre de cada diseño y el tamaño que le correspondía a la hora de la impresión. De esa forma el encargado tendría todos los datos necesarios para que yo, la clienta, quedara satisfecha con el resultado. Aun así, se hizo una prueba de cada camiseta para ver si se realizaba algún cambio o ya estaban listas para poner a la venta.

Una vez todo acordado me dispuse a realizar fotografías y videos del producto para promocionarlo en redes sociales. La publicación constante y la inesperada bienvenida de los usuarios de Instagram y TikTok a las nuevas prendas supuso un inmediato interés por la compra de estas. Pauté plazos de pedido con fecha límite y pago por adelantado, cada vez que abría un nuevo plazo dejaba una semana para recibir pedidos de los usuarios. A cada uno de ellos les proporcionaba la información que fuese necesaria sobre las prendas y el modo de entrega, que iba a ser en mano.

Cada pedido lo envolvía con papel *craft*, (Figura 17) en el interior junto con la compra añadía una pegatina de papel de la marca (Figura 19, Figura 18). Y después de que quedara todo bien envuelto, me aseguraba de escribir bien el nombre del cliente, la talla y el modelo del producto (Figura 17). El segundo paso era contactar con el cliente y acordar fecha y lugar para la entrega del pedido. Y por último la entrega.

La mayoría de los compradores quedaban tan satisfechos que recibía todo tipo de reseñas positivas y fotos con la ropa puesta (Figura 21, y 20), esto me ayudaba a ganar confianza y crear una red sólida de clientes fieles a mis productos, además de dar a conocer la marca ya que subían publicaciones a redes sociales promocionando las prendas y etiquetando mi cuenta en ellas.

Las dificultades a las que me enfrenté en este emprendimiento fueron las siguientes:

En primer lugar la gestión de todo el proceso fue insostenible para una sola persona, además se necesita una gran inversión de tiempo en campañas para redes sociales a parte de la que ya se invierte en el propio oficio principal, en

<sup>46</sup> Un mockup es un modelo o un prototipo que se utiliza para exhibir o probar un diseño



Figura 21y 20. Historia de Instagram de un seguidor promocionando una de las camisetas de la marca.

segundo lugar las ganancias por unidad fueron mínimas a causa de los altos precios del mercado, además empezar a invertir dinero ciegamente sin saber si los resultados iban a ser positivos o negativos fue una experiencia de lo más aterradora, en tercer lugar aparecieron muchos inconvenientes con el proveedor y los plazos de entrega establecidos, así como camisetas mal impresas y equivocaciones varias. También para tener en cuenta, me exponía físicamente a cualquier persona de las redes sociales sin conocer verdaderas intenciones con todo lo que esto conlleva, además de estar mentalmente preparada para plagios y malas críticas (que finalmente no hubieron). No puedo terminar sin mencionar la odisea que fue encontrar un buen producto de calidad y precio favorable, y la falta de espacio para gestionar y almacenar los pedidos de manera ordenada, además de llevar bien las cuentas en todo momento y no cometer errores. Y, por último, pero no menos importante, la dificultad de llevar todo el emprendimiento junto a los estudios y modo de vida.

Por otra parte, este proyecto me ayudó a ampliar mis conocimientos y adquirir una valiosa experiencia. He aprendido a hacer frente a diversas situaciones y adversidades, a comunicarme correctamente con los clientes y gestionar de forma adecuada las redes sociales. Además, he conseguido un público fiel a la marca que tiene plena confianza en ella y espera con ansia los próximos diseños, por no hablar de la motivación que se obtiene a raíz de los buenos comentarios. Ahora ya sé que errores no debo volver a cometer y que camino es el que funciona a la hora de llevar un emprendimiento.

Por último, me hubiera gustado poder hacer entregas a un público más allá de la zona de Valencia, Xeresa, Gandía y Xeraco. Las limitaciones fueron el desconocimiento del coste y funcionamiento de los envíos internacionales y nacionales, además de la falta de tiempo para gestionarlos. Por esta razón se tuvieron que rechazar muchos clientes interesados, pero espero próximamente poder darle solución y expandir la marca más allá de esta zona.

### 5.1.2 Joyería

Al mismo tiempo que empecé a emprender con la ropa mencionada anteriormente, compagué un emprendimiento de joyería.

Empecé aprendiendo sobre materiales y herramientas necesarias para realizar pendientes. En cuanto tuve un conocimiento básico suficiente empecé experimentar con diseños y formas. Al principio estuve interesada en realizar joyas de alambre, e hice algunas pruebas, pero más tarde diseñé el estilo de pendientes que iba a acabar haciendo hasta ahora (Figura 24) . Estos aretes se centrarían más en la elección de las cuentas, en la forma, color, posición y combinación.

Estuve varios días visitando tiendas físicas de abalorios en Valencia donde compré diferentes piezas de cristal y cerámica además de forniture base de acero inoxidable como anillas, monturas y engarces planos. Aunque previamente ya había hecho una compra online en una página llamada “Antiga casa sala”, ubicada en Barcelona, de las herramientas necesarias para elaborar las piezas adecuadamente: alicates de punta plana, alicates de punta redonda, alicates de punta fina y alicates de punta de corte.

Al igual que la marca de ropa, promocioné los pendientes en redes sociales y actualicé la disponibilidad, los nuevos diseños, precios y realicé encuestas para conocer las preferencias de gustos de los seguidores. Y con una cálida bienvenida los pendientes fueron un éxito.

La preparación del pedido funcionaba de la siguiente forma: El cliente contactaba conmigo preguntando por un diseño marcado como disponible en redes sociales, yo me encargaba de realizar los pendientes y meterlos en una bolsa de tela negra transparente junto con la pegatina de papel de la marca (Figura 22), y finalmente, junto con el previo pago, se acordaba una fecha, hora y lugar para la entrega de este.

Realizar contenido para redes sociales con este emprendimiento fue



Figura 22. Joyería realizada por el autor.



Figura 24. Joyería realizada por el autor.



Figura 23. Joyería realizada por el autor, primeras pruebas.

bastante fácil. Traté de grabar en varias ocasiones el proceso de la elaboración de las piezas, a veces jugaba con la temática o me retaba a realizar pendientes de un cierto estilo<sup>47</sup>, o color, todo para crear contenido diferente y dar oportunidad de interacción y participación a los usuarios. Otras veces simplemente me grababa con las piezas puestas o hablaba sobre los distintos modelos disponibles.

Una de las facilidades de este emprendimiento fue la parte económica por el bajo precio de los materiales y la alta demanda del producto que, aunque no se vendiera a precios excesivos, seguía teniendo un buen margen de beneficio. Además, la entrega era muy fácil ya que las piezas eran pequeñas y fáciles de gestionar. Otra parte positiva es que no participaba ningún agente externo en el proceso de elaboración con el que pudiera tener problemas, ya que todo dependía de mí. Los materiales eran fáciles de transportar por lo que podía llevarlos conmigo casi a cualquier lugar y gestionar los pedidos desde allí.

Por otra parte, me llevó un tiempo bastante largo aprender a manejar bien las piezas y saber utilizar las herramientas y materiales. Además, el dolor físico en las manos es algo presente ya que se manipulan objetos muy pequeños con los que tienes que realizar mucha fuerza, y que si se manipulan demasiado se deben descartar y empezar con un material nuevo, ya que este se desgasta y es prácticamente imposible devolverlo a su forma original.

### 5.1.3 Encargos

Un poco antes de emprender con lo mencionado anteriormente empecé realizando encargos de ilustraciones sobre fotografías. La labor consistía en realizar una ilustración utilizando de base la fotografía que el cliente me enviara, la mayoría de las fotografías eran personas o animales, aunque también realizaba objetos, paisajes y lo que se me pidiera. Como resultado obtenía una versión ilustrada de la fotografía con colores planos y líneas definidas (Figura 25).

A través de redes sociales, mediante la publicación de historias en Instagram, recordaba a los suscriptores este servicio e intentaba sobre todo



Figura 25. Ilustración por encargo realizada por el autor.

<sup>47</sup> Contenido personal de TikTok sobre joyería:

<https://www.tiktok.com/@ackfisde/video/7208524969989459205>

poner énfasis en épocas como navidad, el día de la madre, el día del padre, etc. También era muy común recibir pedidos en épocas como fallas y sobre todo para cumpleaños.

La parte positiva de realizar estos encargos fue el cero gasto en la creación de las ilustraciones, además de no realizar envíos ni tener ninguna gestión más allá de enviar la ilustración por correo en formato de alta calidad, y la comunicación con el cliente.

Las ilustraciones se vendían a precio inicial de 7 euros, añadiendo 2 euros más por cada persona, animal, objeto o elemento extra como detalles o fondos. El propio cliente se encargaba de imprimir la imagen a su gusto y enmarcarla a su preferencia, de esta forma podía recibir encargos de cualquier lugar sin problemas. Aunque en casos especiales y por más cantidad de dinero realizaba entregas a mano con el producto impreso y enmarcado.

Como parte negativa mencionaré el peligro que tiene entregar un archivo de imagen directamente al cliente, ya que con ello se pueden realizar el número de copias que se desee, y en ese caso, el artista no estaría recibiendo el beneficio que realmente le pertenece.

Por último, pero no menos importante, recibí un encargo personalizado ilustrado. Este pedido trataba de la elaboración de tres viñetas a estilo cómic (Figura 27).

Durante la elaboración de los diseños estuve en contacto con el cliente realizando todos los cambios necesarios. Fue complicado ya que este no tenía claro que estilo quería ni que buscaba en el producto final, pero tras varios intentos y pruebas la tira cómica quedó al gusto del consumidor. Por este encargo recibí 150 euros de beneficio. (ver anexos)



Figura 27. Encargo de tira cómica ilustrado realizado por el autor.

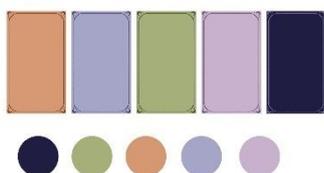


Figura 28. Paleta de colores del proyecto Tarot, realizado por el autor.



Figura 29. Carta ilustrada "La torre", del proyecto Tarot realizado por el autor.

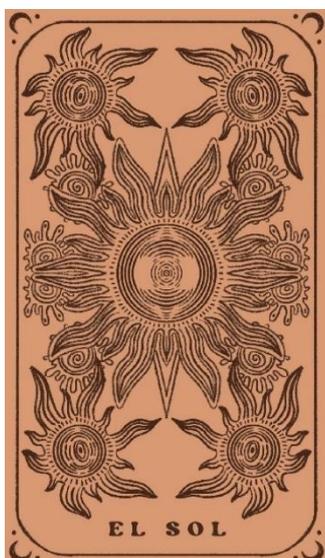


Figura 30. Carta ilustrada "El sol", del proyecto Tarot realizado por el autor

#### 5.1.4 Libro y cartas del tarot

Se trata de un proyecto pensado para futura producción y venta. Consistió en la realización de una serie de cartas ilustradas y un pequeño libro explicativo de cada una de ellas.

Primeramente, estudié cada arcano del tarot, ya que iba a centrarme específica y solamente en los 22 arcanos. Una vez ya tenía los conocimientos básicos necesarios me dediqué a ilustrar cada carta según su aplicación a la hora de leerlas.

Tenía claro que no quería un estilo básico, sino algo más elaborado e incluso casi abstracto para un público tarotista más avanzado (Figura 26, Figura 30). Me centré en la paleta de colores, buscaba que toda la baraja guardara la misma estética, así que escogí 4 colores con los que fui jugando (Figura 28).

Las ilustraciones, al igual que todas las que he realizado hasta el momento las llevé a cabo con la aplicación de "Procreate" en un tamaño de 7,5x13cm para su futura impresión. Al igual que el libro, que guarda la misma paleta de colores y medidas que las cartas.

Posteriormente, al tener todas las ilustraciones realizadas y las cartas con el diseño final, me dispuse a maquetar el libro (ver anexos).

## 5.2 PROMOCIÓN

En este apartado hablaré sobre lo que realicé personalmente para promocionar mis redes sociales y mis productos.

### 5.2.1 Mercadillos

La participación en mercadillos, en mi caso, vendiendo pendientes y prendas, produce una conexión cliente-vendedor más fuerte. Además, el comprador puede ver físicamente el producto y adquirirlo al momento o realizar un pedido.

Estar cara a cara con el cliente crea confianza y una relación más estrecha, aumenta la fiabilidad y confianza y expande el nombre de la marca. Es importante que futuros compradores conozcan la calidad del producto.



Figura 31. Portada Festes Xeresa 2023.



Figura 32. Libro de Festes Xeresa 2022 con la portada ganadora realizada por el autor.



Figura 35. Portada Festes Xeresa 2022

Como inconvenientes destacaría la inversión a ciegas de tiempo y dinero en la creación del stock. Además de llevar el producto hasta el lugar de encuentro y todas las gestiones que estar en un mercadillo conlleva.

### 5.2.2 Concursos

Presentarse a concursos puede ser una buena forma de captar la atención de posibles futuros clientes, gracias a empezar a aparecer físicamente en algunos productos que llegan a mano de distintas personas, lo que facilita el contacto, interés y fiabilidad.

En mi caso participé en 2 concursos a mejor portada para Fiestas Xeresa 2022 (Figura 32) y 2023 (Figura 31), y en la realización de un póster para promocionar las fiestas de Junio de Wroclaw 2024 (Figura 15) .

En estos concursos no había ningún premio remunerado, solamente el ganador sería usado para la portada del libro o cartel de ese año (Figura 35).

### 5.2.3 Pegatinas

Realizar pegatinas también es una buena forma de hacerse promoción. Con un diseño atractivo y los datos de contacto se puede llegar a un gran número de personas interesadas.

En mi caso ilustré 6 sets de pegatinas. Se realizaron a través de Procreate y Adobe Illustrator, ya que se requería la entrega de dichas ilustraciones en formato svg, es decir, vectorizados<sup>48</sup>. Se imprimieron 100 unidades de cada



Figura 33. Set de primeras pegatinas promocionales realizadas por el autor.



Figura 34. Set de seis pegatinas promocionales realizadas por el autor.

<sup>48</sup> Un archivo vectorial o vectorizado es aquel archivo que puede ampliar o disminuir su tamaño ilimitadamente sin que pierda calidad

una, todas ellas troqueladas alrededor del diseño y en material PVC<sup>49</sup> mate de alta calidad (Figura 34).

Fue bastante complicado, al igual que en las camisetas y sudaderas, encontrar un proveedor con calidad-precio aceptable, finalmente tras varias investigaciones imprimí en una tienda física en Valencia llamada “Reprografía BV”.<sup>50</sup>

#### 5.2.4 Adaptación del producto a redes sociales.

A la hora de subir imágenes a redes sociales de un producto se debe adaptar al formato de publicación de estas (Figura 39). Por ejemplo, Instagram tiene varios formatos: Las historias 24h permiten una relación aspecto 9:16 y una resolución recomendada de 1080x1920 píxeles, las publicaciones del *feed* cuadradas con una relación de 1:1 y 1080x1080 píxeles, las publicaciones horizontales de aspecto 1.91:1 y 1080x566 píxeles, por último, las verticales de 4:5 y 1080x1350 píxeles. Mientras que TikTok permite videos a tamaño 1080x1920 píxeles con relación 9:16 en formato vertical e imágenes de portada al mismo tamaño.

Para optimizar visualmente el contenido y que se vea atractivo y profesional se deben conocer los requisitos de cada plataforma en cuanto a tamaños mencionados anteriormente y diseñar para la relación de aspecto correcta.



Figura 36. Una de las historias de Instagram pidiendo opinión a los seguidores sobre un nuevo diseño para la marca.

##### 5.2.4.1 Gestión de Redes Sociales

A continuación, explicaré brevemente que procedimiento seguí en redes sociales para mantener la actividad en cada plataforma.

###### 5.2.4.1.1 Instagram

Instagram fue la red social con más actividad inicialmente. En esta red compartía historias casi cada día permitiendo a los seguidores participar en

<sup>49</sup> El PVC (policloruro de vinilo) es uno de los tipos de plásticos más utilizados mundialmente en una amplia variedad de aplicaciones.

<sup>50</sup> Enlace a contenido de TikTok sobre las pegatinas:

<https://www.tiktok.com/@ackfisde/video/7215624565177732358>



Figura 37. Perfil de TikTok del autor.



Figura 38. Perfil de Instagram del autor.

ellas (Figura 36). En las historias publicaba novedades, disponibilidad, realizaba preguntas de preferencias y gustos, subía fotos del proceso, creaba expectativas sobre nuevos proyectos...

A su vez, mediante una aplicación de gestión del perfil de Instagram, diseñaba el Feed para que fuera atractivo y adaptaba las publicaciones. Subía contenido al menos una vez cada tres días (Figura 38).

También me comunicaba con los compradores a través de Instagram y respondía las dudas de los seguidores.<sup>51</sup>

#### 5.2.4.1.2 TikTok

En TikTok principalmente compartí vídeos mostrando los pasos y técnicas detrás de la creación de las obras, esto generó conexión con los espectadores al revelar los detalles del proceso artístico.

Alternando los vídeos del proceso con vídeos de las obras finalizadas desde diferentes ángulos se creó expectación y curiosidad por el artista.

También se compartieron vídeos narrados sobre mi día a día y temas relacionados para crear interés y tener contenido variado.

El contenido de los vídeos abarca desde cerámica, pintura, ilustración, animación, muralismo, etc. Con la intención de mostrar el trabajo de un artista polifacético en su día a día (Figura 11, Figura 12).

En esta red social no me centré en promocionar solamente mis productos, ya que al no tener un sistema de envíos nacionales no me servía de nada atraer público fuera de Valencia, por lo que me centraba en grabar distintos proyectos pretendiendo vender un estilo de vida artístico (Figura 37).

Con esta actividad pretendía atraer a un público que pudiese ser un potencial futuro cliente.

Sí que es verdad que al subir videos de los productos de mi emprendimiento se llegaba a un gran número de visualizaciones y se creaba una gran expectativa entre los usuarios de TikTok.<sup>52</sup>

<sup>51</sup> Página personal de Instagram: <https://www.instagram.com/ackfisde/>

<sup>52</sup> Pagina personal de TikTok: <https://www.tiktok.com/@ackfisde>

#### 5.2.4.2 Consejos para un *feed* de artista atractivo

El *feed* es lo que ven los usuarios al entrar a un perfil en una red social. Un *feed* organizado y llamativo atraerá a más seguidores ya que creará interés y dará un aspecto más profesional. Se puede crear un *feed* de muchas formas distintas, por ejemplo, siguiendo una misma gama cromática en las portadas, o siguiendo un estilo. Lo importante es que parezca que hay mucho contenido que ofrecer y crear armonía visual.

Es importante definir un estilo visual coherente para las redes sociales. Por esto debemos elegir una paleta de colores armoniosa con la identidad de la marca o perfil personal, se pueden escoger de 3 a 5 colores principales. Es importante seleccionar de una a dos tipografías para usar en las publicaciones de forma consistente y decidir si se aplicarán unos filtros o edición específicos para dar un estilo único a las publicaciones.

Planificar el contenido con anticipación para mantener una actividad constante marca la diferencia, cómo se ha dicho anteriormente la publicación diaria hará que incremente el nivel de actividad en el perfil.

Para cuidar la composición y edición se pueden crear patrones, fondos o plantillas para unificar el aspecto de las publicaciones. Y por último se pueden añadir stickers gráficos, textos o detalles que complementen las imágenes siguiendo la paleta de colores y utilizar las mismas dimensiones, ya que ayudarán a mantener la armonía visual.

Herramientas que ayudan a conseguir esto pueden ser aplicaciones como Planoly<sup>53</sup>, Preview<sup>54</sup> o Canva<sup>55</sup>.

### 5.3 PRESUPUESTO

En cuanto al presupuesto, a la hora de generar stock o realizar pruebas, los costes corrieron a mi cuenta, es decir, financiación personal.

Por otra parte, los pedidos fueron financiados mediante crowdfunding de recompensa, es decir, recibir beneficios por un servicio en concreto. En la



Figura 39. Ejemplo de adaptación del producto a redes sociales.

<sup>53</sup> Página principal de Planoly: <https://www.planoly.com/>

<sup>54</sup> Página principal de Preview: <https://preview.app/login>

<sup>55</sup> Página principal de Canva: [https://www.canva.com/es\\_es/?msockid=30da45010d4167f902d857a00c0866c9](https://www.canva.com/es_es/?msockid=30da45010d4167f902d857a00c0866c9)

siguiente tabla se pueden apreciar la lista de precios por unidad y servicios, los costes de producción, el precio de venta y el beneficio que yo obtenía (Figura 40).

A causa de los elevados costes de producción, decidí optar por un precio de venta similar, ya que tuve que adaptarme al tipo de cliente que había atraído hasta ahora.

La intención principal y personal de ese momento era la de expandirme y encontrar compradores que, una vez conocieran el producto pudiesen realizar futuras compras.

SERVICIO	COLOR	COSTE DE PRODUCCIÓN	PRECIO DE VENTA	BENEFICIO
Camiseta	Negro	21€	25€	4€
Camiseta	Blanco	16€	25€	9€
Sudadera	Negro/blanco	32€	35€	3€
Pendientes	X	0.2€ aprox	5€	4,8€
Ilustraciones	X	0€	7€	7€
Pegatinas	X	0.2€	1€	0,8€

Figura 40. Tabla de precios, costes y beneficios según el servicio.

## 5.4 RESULTADOS Y CONCLUSIONES

En conclusión, el emprendimiento artístico plástico en España presenta retos significativos.

A través del análisis de la precariedad laboral de los artistas españoles, se ha evidenciado la necesidad de diversificar modelos de negocio sostenibles para mejorar las condiciones económicas.

Gracias al crowdfunding y las residencias, muchos artistas como yo se han permitido obtener ingresos adicionales y establecerse en redes de apoyo.

Por otra parte, se ha comprobado que el impacto de las redes sociales juega un papel crucial en la promoción y crecimiento. Las plataformas ofrecen oportunidades de alcanzar una audiencia amplia y fomentar la interacción directa con los seguidores y potenciales clientes. Por eso es esencial una buena gestión de estas para potenciar la influencia en el mercado digital, con una creación del feed atractiva y una buena adaptación de calidad del producto a las plataformas.

Por experiencia propia, la red social que más funciona a la hora de ganar expectación es TikTok. Gracias a su editor de videos integrado y su fácil viralización<sup>56</sup> de contenido, seguido del sistema de algoritmos que utiliza a la hora de recomendar a los usuarios, facilita la atracción del público adecuado. Además, ahora se encuentran más consumidores en esta plataforma que en Instagram. Por otra parte, es más común la venta de productos en Instagram, aunque como ventaja, en TikTok también se pueden monetizar las visualizaciones del propio contenido.

A su misma vez la participación en mercadillos, concursos y la distribución de pegatinas han sido identificadas como técnicas efectivas de promoción *offline*. Estas actividades complementan la presencia *online* y ayudan a fortalecer la marca personal del artista.

La creación de ropa, y la oferta de servicios personalizados como la joyería, destacan como emprendimientos viables. Estos proyectos no solo generaron ingresos, sino que permitieron plasmar mi creatividad de manera tangible.

Una planificación financiera y un control del presupuesto son aspectos que determinarán la sostenibilidad del emprendimiento. La gestión adecuada de estos recursos ha permitido invertir en el desarrollo y promoción de los proyectos.

No es una novedad que iniciarse en el mundo del emprendimiento es un campo aterrador, en el que uno se puede sentir solo y perdido. Sin embargo, ha sido una experiencia más que gratificante, en la que he adquirido

---

<sup>56</sup> La viralización se refiere a hacer viral un mensaje o contenido, es decir, lograr que se reproduzca de forma exponencial.

unos conocimientos muy necesarios y útiles para mi carrera como artista y con la que además he superado muchas barreras emocionales.

En la duración de este proyecto se consiguieron 354 seguidores en Instagram, teniendo en cuenta que la gestión de esta red social finalizó junto con la última venta de camisetas, y de 0 a 500 seguidores en TikTok hasta el momento. Con un total de 700 euros de beneficios entre todos los proyectos. Esto quiere decir que una publicación constante y una gran insistencia producen un inevitable resultado positivo, pero a mi parecer, no está bien recompensada la relación del tiempo invertido con los resultados. Se ha comprobado que se trata de un proceso muy lento en el inicio y más rápido en conforme se avanza, pero para poder obtener un progreso positivo, se debe dedicar mucho esfuerzo y disponer de mucho tiempo e ideas.

En este estudio se concluye que el emprendimiento artístico requiere un enfoque multifacético que combine estrategias *online* y *offline*.

En cuanto a futuros proyectos tengo en mente seguir con la marca de ropa ya que fue el emprendimiento más repercusivo, al que visualizo con futuro y con el que más disfruté de los resultados. A su misma vez, trataré de llevar adelante las cartas del tarot y sobre todo aprender a gestionar envíos a domicilio y realizar una página web.

Me gustaría avanzar con la cerámica y experimentar más allá de las esculturas experimentales y adentrarme en realizar objetos de uso diario para, quien sabe, en un futuro sacar a la venta.

También tengo en mente realizar exposiciones de arte y seguir presentándome a concursos. En resumen, seguir con nuevos proyectos a partir del conocimiento adquirido de los anteriores y sobre todo continuar con la actividad en redes.

Finalmente, tanto los objetivos principales como los secundarios de este trabajo quedan cubiertos. Se ha conseguido escribir una pequeña introducción del mundo artístico profesional a través de la investigación del marco teórico y las herramientas que he ido experimentando y recolectando en el trabajo.

Se ha logrado la contextualización del artista plástico mediante el análisis del panorama actual, incluyendo retos y desafíos, junto con la identificación de diferentes modelos de negocio, donde se ha proporcionado una comprensión de las diversas estrategias que permiten generar emprendimientos junto con la proporción de diferentes herramientas y técnicas de promoción.

Además, se ha hecho uso de las tecnologías y redes sociales en primera persona, donde se han desarrollado proyectos y estrategias de emprendimiento, ofreciendo varias lecciones para futuros artistas decididos, gracias a la recogida de experiencias y perspectiva.

Sin embargo, para futuras investigaciones, me gustaría haber encontrado más información verídica sobre temas legales a la hora de vender obras y protección de derechos de autor. También me hubiera gustado disponer de más tiempo y herramientas para dedicar a las redes. Igualmente voy a seguir con la evolución de esta misma propuesta un año después con más conocimientos, e invito los demás artistas a iniciar la labor de emprender.

Como recomendación final, pondré énfasis en la anotación de los presupuestos, beneficios y pagos para un pleno conocimiento del funcionamiento y rentabilidad de cada emprendimiento. Ya que el no haber hecho esto desde el principio fue uno de mis mayores fallos.

## 6. REFERENCIAS

Acerca – can serrat. (s. f.). <https://canserrat.org/es/about>

AI TikTok Video Editor - Create viral TikTok Videos. (s. f.). InVideo - Online Video Creator For Content And Marketing Videos.

<https://invideo.io/make/tiktok-video-editor/>

ARCO 2025 | Feria de Arte contemporáneo. (s. f.). <https://www.ifema.es/arco>

Art Basel [2024] | . (s. f.). <https://basel.com>

Art Madrid'24 – Feria de Arte Contemporáneo. (s. f.). <https://art-madrid.com/>

Arte, O. (2022, 25 noviembre). Por querer ser artista será también un buen empresario. Objetivo Arte. <https://objetivoarte.com/recursos-para-artistas/artista-y-empresario>

Artesunidas. (2022, 21 junio). ¿Qué es un Emprendimiento Artístico Cultural? <https://artesunidas.com/emprendimiento-artistico-cultural-7-claves/>

Bigcartel. (s. f.). <https://www.bigcartel.com>

CapCut - Editor de video - Aplicaciones en Google Play. (s. f.). <https://play.google.com/store/apps/details?hl=es&id=com.lemon.lvoverseas>

Casa de Velázquez | Casa de Velázquez. (s. f.). <https://www.casadevelazquez.org/es/>

Cast, D. (2022, 14 diciembre). El Futuro de los Artistas Visuales en 2020 - Decademia. Decademia - La Nueva Academia de Arte. <https://decademia.com/el-futuro-de-los-artistas-despues-de-2020/>

CDAN. (s. f.). Centro de Arte y Naturaleza. Museo En Huesca. <https://www.cdan.es/>

Crowdfund innovations & support entrepreneurs. (s. f.). Indiegogo <https://www.indiegogo.com/>

EMILY HETT ART. (s. f.). Emily Hett Art. <https://emilyhettart.co.uk/pages/about>

Estudio sobre el impacto de las Redes Sociales en la salud mental de los estudiantes y propuesta de un taller formativo (RRSS-SM) [Proyecto POE, Universidad Complutense de Madrid].

<https://www.ucm.es/observatorio/file/informe-proyecto-6?ver>

Etsy. (s. f.). <https://www.etsy.com>

Fossatti, M. (2011, 9 diciembre). Artistas y redes sociales: una cuestión de actitud. Ártica - Centro Cultural Online.

<https://www.articaonline.com/2011/07/artistas-y-redes-sociales-una-cuestion-de-actitud/>

Gallego, J. A. M., Álvarez, D. M., Tovar, A. F. S., & Salazar, A. R. U. (2020). Emprendimiento en tiempos difíciles: una oportunidad para jóvenes. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8132538>

García, R. G. (2015). Repensar la identidad artista-investigadora, desde el proyecto “Diálogos con mujeres artistas docentes” [Universidad de Barcelona]. <https://www.redalyc.org/pdf/5135/513551297003.pdf>

GoFundMe | La plataforma número 1 para crowdfunding y recaudaciones de fondos. (s. f.). <https://www.gofundme.com/es-es>

Guerrilla Girls. (s. f.). Guerrilla Girls. <https://www.guerrillagirls.com/>

Gutierrez, P. (2023, 9 noviembre). La evolución del arte en el siglo XXI: una mirada al presente creativo. HISTORIOTECA. <https://historioteca.com/la-evolucion-del-arte-en-el-siglo-xxi-una-mirada-al-presente-creativo/>

Hangar | Centre de producció i recerca d'arts visuals. (s. f.). <https://hangar.org/es/>

Hogar — Patreon. (s. f.). Patreon. <https://www.patreon.com/es-419>

Home - Theaster Gates. (s. f.). <https://www.theastergates.com/>

Ibáñez, M. P., & Pérez, I. L. (2019). Las artistas españolas y su actividad económica: trabajo precario en tiempos de crisis. Análisis y comparativa a partir de un estudio global. Debate Feminista, 59. <https://doi.org/10.22201/cieg.2594066xe.2020.59.06>

Influencer Marketing Hub & by Influencer Marketing Hub. (2024, 24 junio). 12 of the Best TikTok Video Editing Apps to Dazzle Your Followers. Influencer Marketing Hub. <https://influencermarketinghub.com/tiktok-video-editing-apps/>

Inspiration. (2023, 8 agosto). The Role of Art in Preserving Cultural Identity. Inspire Culture. <https://inspireculture.org/cultural-awareness/arts-culture/the-role-of-art-in-preserving-cultural-identity/>

Instagram. (s. f.) <https://www.instagram.com/emilyhettart?igsh=MTA2Zmx6dWJ1bXluag==>

José, D. H. J., & De Financiación E Investigación Comercial, U. D. (2021, 27 abril). Perspectiva empresarial para el mercado del arte contemporáneo: la relevancia del emprendimiento en el artista visual. Universidad Autónoma de Madrid. <https://repositorio.uam.es/handle/10486/696307>

Kickstarter. (s. f.). <https://www.kickstarter.com/>

Líder del Emprendimiento. (2023, 23 noviembre). Emprendimiento e innovación | Líder del Emprendimiento.

<https://www.liderdelemprendimiento.com/emprendedor/las-caracteristicas-de-los-emprendedores-exitosos/emprendimiento-e-innovacion/>

LinkTIC. (2023, 28 julio). ¿Por qué TikTok está ganando más terreno en este 2023? <https://es.linkedin.com/pulse/por-qu%C3%A9-tiktok-est%C3%A1-ganando-m%C3%A1s-terreno-en-este-2023-linktic-sas>

Matt Chessco. (s. f.). Matt Chessco. <https://mattchessco.com/>

M. G. y. P. P. (2021, 4 noviembre). De Madrid al cielo: ser artista en España. Milla Cero. <https://www.millacero.es/articulo/cultura/madrid-cielo-ser-artista-espana/20200602184525004363.html>

Muñoz Catalán, C. ., Chea Gajardo, S.-L. A., & Velasco Marambio, C. A. (2022). Tik-Tok como herramienta de comunicación publicitaria: un estudio de caso. *Revista Universitaria Ruta*, 24(1). <https://doi.org/10.15443/RUTA20231694>

Neves, A. (2022, 20 octubre). Todos quieren ser TikTok, pero, ¿qué podemos esperar de TikTok en el futuro? Rock Content - ES. <https://rockcontent.com/es/blog/tiktok-en-el-futuro/>

NOSOTROS. (s. f.). Matadero Madrid. <https://www.mataderomadrid.org/nosotros>

Observatorio. (2023, 24 septiembre). ¿Por qué los artistas tienen cada vez más problemas para vivir del arte? Esfera Pública. <https://esferapublica.org/por-que-los-artistas-tienen-cada-vez-mas-problemas-para-vivir-del-arte/>

PÉREZ IBÁÑEZ, M. P., & LÓPEZ-APARICIO, I. L. (s. f.). LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LOS/LAS ARTISTAS EN ESPAÑA [UNIVERSIDAD DE GRANADA]. <https://editorial.ugr.es/media/ugr/files/sample-133832.pdf>

PÉREZ IBÁÑEZ, M., & LÓPEZ-APARICIO PÉREZ, I. (2018). Actividad artística y precariedad laboral en España [Investigación, Universidad de Murcia]. <https://revistas.um.es/reapi/article/download/359771/256721/1212491>

Pérez, L. (2020, 14 octubre). 10 oportunidades en TikTok que las marcas desconocen. Marketing Directo. <https://www.marketingdirecto.com/digital-general/social-media-marketing/oportunidades-tiktok-marcas-desconocen>

Pollock-Krasner Foundation. (s. f.). <https://pkf.org>

Portal Empresarial. (2024). Emprendimiento cultural y modelos de negocio en las artes. <https://portalempresarial.org/emprendimiento-cultural-y-modelos-de-negocio-en-las-artes>

Riaño, P. H. (2017, 15 febrero). Sólo el 15% de los artistas vive del arte. El Español. [https://www.elespanol.com/cultura/arte/20170215/193980735\\_0.html](https://www.elespanol.com/cultura/arte/20170215/193980735_0.html)

Sarah, D. (2023). La evolución del emprendimiento en las artes: Nuevos modelos de negocio. <https://dspace.uevora.pt/rdpc/bitstream/10174/25584/1/Emprendimiento%20y%20artes>

Seedrs. (s. f.). <https://europe.republic.com/businesses/seedrs>

Shopify. (s. f.). <https://www.shopify.com>

Situación económica de los artistas y precariedad laboral. (2016, 26 junio). Masdearte. Información de Exposiciones, Museos y Artistas. <https://masdearte.com/especiales/estudio-sobre-la-situacion-economica-de-los-artistas-en-espana/>

TikTok - Make your day. (s. f.). <https://www.tiktok.com/es/>

Tik Tok - Make your day. (s. f.). <https://wwwtiktok.com/@isthisreallife-studio?lang=es>

Tribuna. (s. f.). Noticias de Deportes, sucesos, cultura, economía, empresas, en tu periódico digital. <https://www.tribunavalladolid.com/noticias/341013/las-redes-sociales-buenas-o-perjudiciales-para-los-artistas-emergentes>

Vega, M. Á. G. (2023, 1 abril). Los ricos latinoamericanos despiertan el alicaído mercado del arte: estas son las manos que mueven el negocio en España. El País. <https://elpais.com/economia/negocios/2023-04-01/los-ricos-latinoamericanos-despiertan-el-alicaido-mercado-del-arte-estas-son-las-manos-que-mueven-el-negocio-en-espana.html>

X.com. (s. f.). X (Formerly Twitter). <https://twitter.com/matchessco?lang=es>

## 7. ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

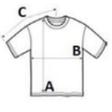
FIGURA 1. COLABORACIÓN DE YAKOY KUSAMA CON LOUIS VUITTON. ....	10
FIGURA 2. THE RAIN ROOM, ", CREADO POR EL COLECTIVO ARTÍSTICO RANDOM INTERNATIONAL. ....	10
FIGURA 3. EXPOSICIÓN GUERRILLA GUIRLS.....	11
FIGURA 4. MURAL DEL COLECTIVO NUESTRA ARMA ES NUESTRA PALABRA. ....	11
FIGURA 5 FRECUENCIA DE USO CON FINES SOCIALES, ACADÉMICOS, INFORMATIVOS Y DE ENTRETENIMIENTO. ESTADÍSTICAS SACADAS DE UN ESTUDIO DE LA FACULTAD DE PSICOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID. ....	19
FIGURA 6. MATT CHESSCO CELEBRANDO LOS 100 MILLONES EN REDES JUNTO A UNA OBRA SUYA. ....	22
FIGURA 7. PERFIL DE TIKTOK DE MATT CHESSCO.....	23
FIGURA 8. MATT CHESSCO CELEBRANDO LOS 100 MILLONES DE SUSCRIPTORES.....	23
FIGURA 9. PERFIL DE TIKTOK DE HOLLY TUDOR. ....	23
FIGURA 10. PERFIL DE TIKTOK DE EMILY HETT. ....	24
FIGURA 11. PROYECTO DE ILUSTRACIÓN Y MARCA PAGINAS PARA LA FIESTA DE SANT JORDI. ....	25
FIGURA 12. PROYECTO DE MURAL EN EL SUELO PARA FIESTAS XERESA 2022. REALIZADO POR EL AUTOR. ....	25
FIGURA 13. PORTADA DEL PORTAFOLIO PARA 2023. REALIZADA POR EL AUTOR. ....	25
FIGURA 14. PERFIL DE TIKTOK DEL AUTOR. ....	26
FIGURA 15. CARTEL ILUSTRADO, WROCLAW.....	26
FIGURA 16. MOCK-UP DE UNO DE LOS DISEÑOS DE CAMISETA DEL EMPRENDIMIENTO DE LA MARCA DESARROLLADA POR AUTOR. ....	28
FIGURA 17. CAMISETAS EMPAQUETADAS Y LISTAS PARA ENTREGAR.....	29
FIGURA 18. INTERIOR DEL PAQUETE. ....	29
FIGURA 19. PEGATINA DE PAPEL DE LA MARCA.....	29
FIGURA 20. HISTORIA DE INSTAGRAM DE UN SEGUIDOR PROMOCIONANDO UNA DE LAS CAMISETAS DE LA MARCA. ....	29
FIGURA 21. HISTORIA DE INSTAGRAM DE UN SEGUIDOR PROMOCIONANDO UNA DE LAS CAMISETAS DE LA MARCA. ....	30
FIGURA 22. JOYERÍA REALIZADA POR EL AUTOR. ....	31
FIGURA 23. JOYERÍA REALIZADA POR EL AUTOR. ....	31
FIGURA 24. JOYERÍA REALIZADA POR EL AUTOR, PRIMERAS PRUEBAS. ....	31
FIGURA 25. ILUSTRACIÓN POR ENCARGO REALIZADA POR EL AUTOR.....	32
FIGURA 26. CARTA ILUSTRADA "EL SOL", DEL PROYECTO TAROT REALIZADO POR EL AUTOR.....	33
FIGURA 27. ENCARGO DE TIRA CÓMICA ILUSTRADO REALIZADO POR EL AUTOR.....	33
FIGURA 28. PALETA DE COLORES DEL PROYECTO TAROT, REALIZADO POR EL AUTOR.....	34
FIGURA 29. CARTA ILUSTRADA "LA TORRE", DEL PROYECTO TAROT REALIZADO POR EL AUTOR. ....	34
FIGURA 30. CARTA ILUSTRADA "EL SOL", DEL PROYECTO TAROT REALIZADO POR EL AUTOR. ....	34
FIGURA 31. PORTADA FESTES XERESA 2023. ....	35
FIGURA 32. PORTADA FESTES XERESA 2022. ....	35

FIGURA 33. SET DE PRIMERAS PEGATINAS PROMOCIONALES REALIZADAS POR EL AUTOR. ....	35
FIGURA 34. SET DE SEIS PEGATINAS PROMOCIONALES REALIZADAS POR EL AUTOR. ....	35
FIGURA 35. LIBRO DE FIESTAS XERESA 2022 CON LA PORTADA GANADORA REALIZADA POR EL AUTOR. ....	35
FIGURA 36. UNA DE LAS HISTORIAS DE INSTAGRAM PIDIENDO OPINIÓN A LOS SEGUIDORES SOBRE UN NUEVO DISEÑO PARA LA MARCA.....	36
FIGURA 37. PERFIL DE TIKTOK DEL AUTOR. ....	37
FIGURA 38. PERFIL DE INSTAGRAM DEL AUTOR. ....	37
FIGURA 39. EJEMPLO DE ADAPTACIÓN DEL PRODUCTO A REDES SOCIALES.....	38
FIGURA 40. TABLA DE PRECIOS, COSTES Y BENEFICIOS SEGÚN EL SERVICIO.....	39

## 8. ANEXOS

### 5.1.1 Marca personal



MAIN FEATURES	TECHNICAL DATA		SIZE SPECIFICATION (CM)						PRODUCT FAMILY (10)	SIMILAR PRODUCTS (10)
			S	M	L	XL	2XL	3XL		
Pcs./📦	72	72	72	72	72	36	12	12		
Body Length (A)	71.12	73.66	76.20	78.74	81.28	83.82	86.36	89		
Chest Width (B)	45.72	50.80	55.88	60.96	66.04	71.12	76.20	81		
Sleeve Length (C)	41.28	45.40	48.58	52.39	56.20	59.37	63.18	64		

<sup>1</sup> Tabla de medidas modelo Guildan.

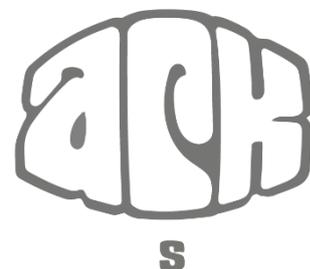
	XS	S	M	L	XL			
Talla EU	34	36	38	40	42	44	46	48
Talla ES	36	38	40	42	44	46	48	50
Pecho (cm)	82	86	90	95	100	105	110	115
Cintura (cm)	66	70	74	79	84	89	94	100
Cadera (cm)	90	94	98	103	108	113	118	123

	XL	XXL	3XL	4XL	5XL			
Talla EU	46	48	50	52	54	56	58	60
Talla ES	48	50	52	54	56	58	60	62
Pecho (cm)	110	115	120	125	130	135	140	145
Cintura (cm)	94	100	106	112	118	124	130	136
Cadera (cm)	118	123	128	133	138	143	148	153

<sup>4</sup> Tabla de medidas modelo C&A

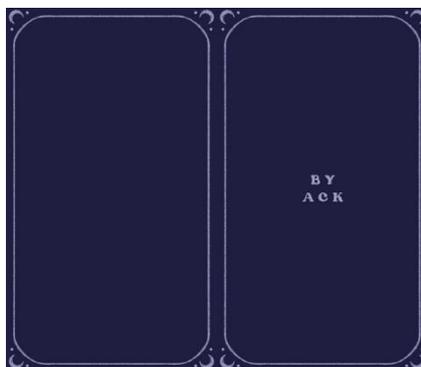
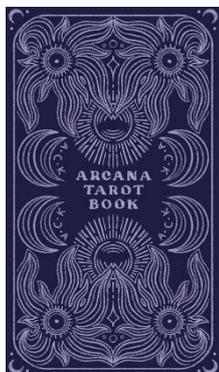


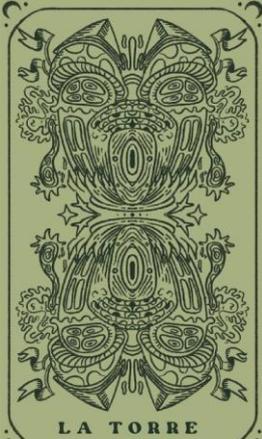
<sup>2</sup> Pegatina de papel de la marca



<sup>3</sup> Ejemplo de etiqueta talla S

5.1.4 Libro y cartas del tarot .....34





**XVI**

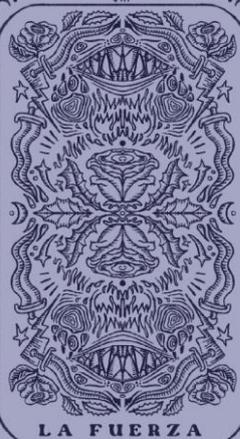
La Torre en el Tarot significa cambio repentino, destrucción y revelación. Simboliza la demolición de estructuras falsas que permiten un renacimiento y un crecimiento real. Todo lo material es temporal, eso es lo que viene a recordarnos este arcano mayor.

Dependiendo de su posición, puede significar:

**Al derecho:** cambios repentinos, catástrofes inminentes y desmoronamiento de viejas creencias. También indica adversidades, miserias y trastornos financieros, así como pérdida de relaciones.

**Invertida:** es la subyugación ininterrumpida, el estancamiento en la ruina y la incapacidad de cambiar. Representa el encarcelamiento.

**LA TORRE**



**XI**

La Fuerza en el Tarot significa fuerza interior, coraje y dominio de los impulsos. Simboliza la valentía, la compasión y la superación de obstáculos a través del amor. Su poder proviene del coraje. Es la cualidad que necesita el hombre para domesticar el ansia de poder.

Dependiendo de su posición, puede significar:

**Al derecho:** el triunfo de la mente sobre la materia y la fuerza física. Indica determinación y heroísmo.

**Invertida:** señala mezquindad, impotencia y abuso de poder.

**LA FUERZA**



**XIV**

La Templanza en el Tarot significa armonía, equilibrio y moderación. Simboliza la combinación de distintos elementos en la vida, y la búsqueda de la serenidad interior. Esta carta no nos pide que negemos nuestras emociones ni apetitos, sino que los mantengamos bajo control.

Dependiendo de su posición, puede significar:

**Al derecho:** se relaciona con la crianza y la salud. Indica autocontrol sin negación, moderación y equilibrio en todo.

**Invertida:** señala falta de armonía y conflicto de intereses.

**LA TEMPLANZA**



**XIX**

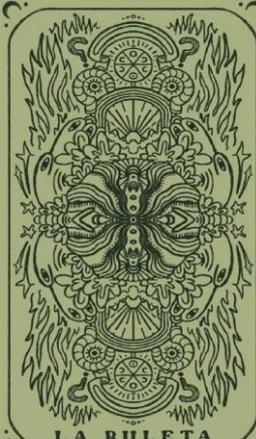
El Sol en el Tarot significa vitalidad, energía y alegría. Simboliza la claridad, la abundancia y el éxito. Junto a la Luna, este arcano representa la fusión de la mente consciente y la mente inconsciente.

Dependiendo de su posición, puede significar:

**Al derecho:** significa el ideal de todas las cosas, incluyendo la salud. Indica armonía perfecta y unidad, así como equilibrio entre lo masculino y lo femenino. También representa un amor que cada vez es más profundo, fama, placer y satisfacción.

**Invertida:** indica soledad, un futuro nublado y una relación infeliz.

**EL SOL**



**X**

La Rueda de la Fortuna en el Tarot significa cambio, destino y oportunidades. Simboliza los ciclos de la vida y los cambios en la suerte. Es la encarnación de la indiferencia, inabordable por los destinos de quienes la rodean.

Dependiendo de su posición, puede significar:

**Al derecho:** representa el destino, la capacidad de llegar al final de un problema. Si el resultado es bueno o malo depende de las cartas más cercanas en la tirada.

**Invertida:** indica cambio en la fortuna, mala suerte reiterada por la incapacidad de aprender de la experiencia.

**LA RULETA**



**XV**

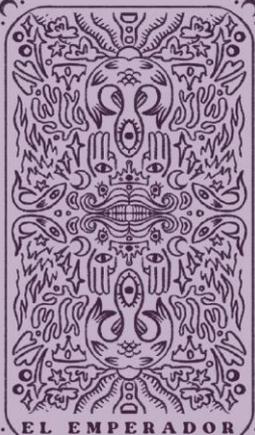
El Diablo en el Tarot significa tentación, adicciones o cadenas autoimpuestas. Representa las fuerzas oscuras internas y la necesidad de liberarse de las limitaciones autoimpuestas. Es un recordatorio del dolor que espera a quienes no consiguen librarse de su vinculación a los deseos terrenales.

Dependiendo de su posición, puede significar:

**Al derecho:** significa adicción, búsqueda agresiva de posesiones terrenales y anhelo extremo de dinero y poder. Indica falta de principio y falta de humor salvo a expensas de otros. También señala violencia y desastre.

**Invertida:** es la liberación de las cadenas que atan. Señala divorcio y superación de obstáculos.

**EL DIABLO**



**IV**

El Emperador en el Tarot significa autoridad, estructura y liderazgo. Es la carta que simboliza el poder masculino, la protección y la estabilidad. Además, es un arquetipo de sabiduría antigua. Dependiendo de su posición, puede significar:

Al derecho: representa la estabilidad, el poder terrenal y el control del propio ego. Puede indicar enfrentamientos con la ley o con alguien en una posición de poder. También se le relaciona con la promesa de una victoria.

Invertida: es una advertencia de que no se puede confiar en alguien que ostenta poder sobre el otro. Indica falta de control, emociones mezquinas y fracaso por la incapacidad de concentrarse.

**EL EMPERADOR**



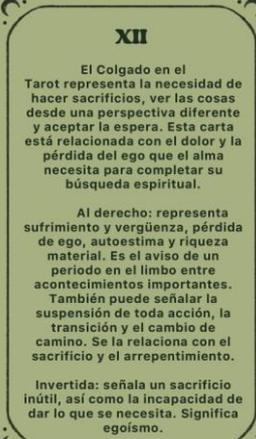
**XVII**

La Estrella en el Tarot significa esperanza, inspiración e iluminación. Es la representación de la conexión con el universo, la fe en el futuro y la guía divina. Esta carta inicia el ascenso místico del alma a través de los cuerpos celestes, en búsqueda de iluminación espiritual. Dependiendo de su posición, puede significar:

Al derecho: representa optimismo y fe. Esta carta es muy auspiciosa, e indica que todo está en el equilibrio adecuado. Los resultados son favorables.

Invertida: indica decepción, desequilibrio y pesimismo.

**LA ESTRELLA**



**XII**

El Colgado en el Tarot representa la necesidad de hacer sacrificios, ver las cosas desde una perspectiva diferente y aceptar la espera. Esta carta está relacionada con el dolor y la pérdida del ego que el alma necesita para completar su búsqueda espiritual.

Al derecho: representa sufrimiento y vergüenza, pérdida de ego, autoestima y riqueza material. Es el aviso de un periodo en el limbo entre acontecimientos importantes. También puede señalar la suspensión de toda acción, la transición y el cambio de camino. Se la relaciona con el sacrificio y el arrepentimiento.

Invertida: señala un sacrificio inútil, así como la incapacidad de dar lo que se necesita. Significa egoísmo.

**EL COLGADO**



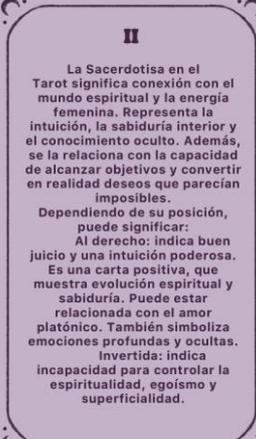
**XIII**

La Muerte en el Tarot significa cambio, transformación y renacimiento. No representa muerte literal. Es más bien la señal del final de una etapa y el comienzo de otra. Con ella debemos saber que no todo está perdido, quedan otras muchas cartas en la baraja. Dependiendo de su posición, puede significar:

Al derecho: indica transformación, final de relación, un trabajo o un ingreso, que es necesario antes de empezar de nuevo. En casos extremos, puede señalar enfermedades incapacitantes o incluso la muerte.

Invertida: simboliza miedo paralizante al cambio.

**LA MUERTE**



**II**

La Sacerdotisa en el Tarot significa conexión con el mundo espiritual y la energía femenina. Representa la intuición, la sabiduría interior y el conocimiento oculto. Además, se la relaciona con la capacidad de alcanzar objetivos y convertir en realidad deseos que parecían imposibles.

Dependiendo de su posición, puede significar:

Al derecho: indica buen juicio y una intuición poderosa. Es una carta positiva, que muestra evolución espiritual y sabiduría. Puede estar relacionada con el amor platónico. También simboliza emociones profundas y ocultas.

Invertida: indica incapacidad para controlar la espiritualidad, egoísmo y superficialidad.

**LA SACERDOTISA**



**IX**

El Ermitaño en el Tarot significa la autorreflexión, la sabiduría interna y la búsqueda de respuestas. Es un símbolo de soledad voluntaria y guía interior. Se le relaciona con el Dios del tiempo, Saturno, por lo que se le retrata como un hombre viejo. Dependiendo de su posición, puede significar:

Al derecho: advierte sobre la necesidad de cuidar las propias acciones, para asegurarse de que sean significativas antes de que sea demasiado tarde. También exige alerta y circunspección.

Invertida: señala impulsividad, apresuramiento estúpido y fracaso como consecuencia por la falta de atención.

**EL HERMITAÑO**

**V**

El Papa en el Tarot significa espiritualidad, tradición y conocimiento. Representa la memoria, la guía espiritual y la conexión con lo divino. Es el arquetipo de la sabiduría y la pureza del alma. Dependiendo de su posición, puede significar:

Al derecho: espiritualidad, compasión y perdón. Indica pensamientos controlados y la capacidad de conformarse.

Invertida: representa la vulnerabilidad, la generosidad estúpida y la disconformidad. Se le relaciona con el rechazo hacia la doctrina. En caso extremo, puede indicar credulidad.



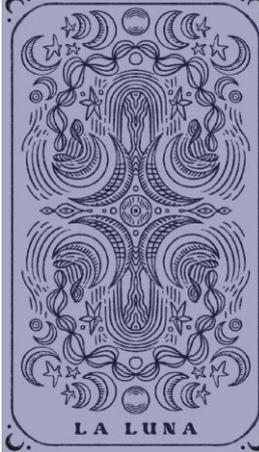
EL PAPA

**XVIII**

La Luna en el Tarot significa ciclos emocionales, imaginación e ilusiones. Representa aspectos emocionales, los sueños y la intuición. Simboliza el mundo de lo intuitivo y lo instintivo, así como la fluctuación de las emociones. Dependiendo de su posición, puede significar:

Al derecho: indica emergencia del inconsciente, descanso, respiro y meditación. Solicita paciencia en la anticipación.

Invertida: significa impaciencia.



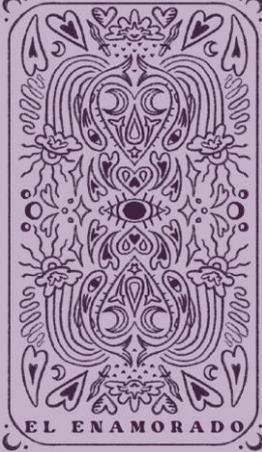
LA LUNA

**VI**

Los Enamorados. Los Enamorados en el Tarot significa el amor, la elección y la armonía en las relaciones. Es la representación de la toma de decisiones y la unión espiritual. Esta carta personifica el deseo más allá de la razón. Dependiendo de su posición, puede significar:

Al derecho: armonía, amor, confianza, honor, gozo y satisfacción de los deseos. Puede indicar el inicio de una nueva relación o el de una nueva fase en una ya existente.

Invertida: señala inconstancia y falta de confianza.



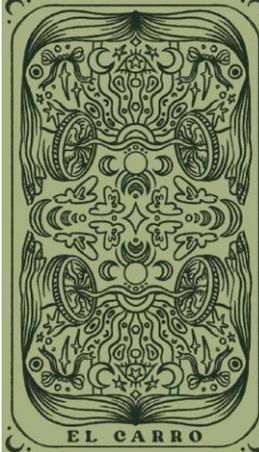
EL ENAMORADO

**VII**

El Carro en el Tarot significa éxito, avance y control. Representa la determinación para superar obstáculos y el logro de metas. Es el arquetipo del héroe, capaz de imponer su voluntad sobre el deseo. Dependiendo de su posición, puede significar:

Al derecho: señala conflictos y turbulencias. Puede indicar el comienzo de un viaje o travesía, así como una lucha interior por mantener en equilibrio poderes físicos y mentales. También se le relaciona con la búsqueda de la verdad y la armonía.

Invertida: indica fracaso o derrota.



EL CARRO

**XX**

El Juicio en el Tarot significa renovación, resurrección y evaluación. Simboliza el llamado a la transformación y la toma de decisiones que están basadas en la sabiduría que se ha adquirido. Dependiendo de su posición, puede significar:

Al derecho: significa expiación, responsabilidad, rejuvenecimiento y sanación.

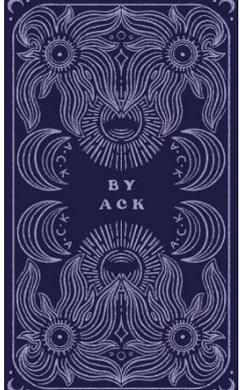
Invertida: representa indecisión, vacío espiritual y adicción.



EL JUICIO

ARCANA  
TAROT  
BOOK

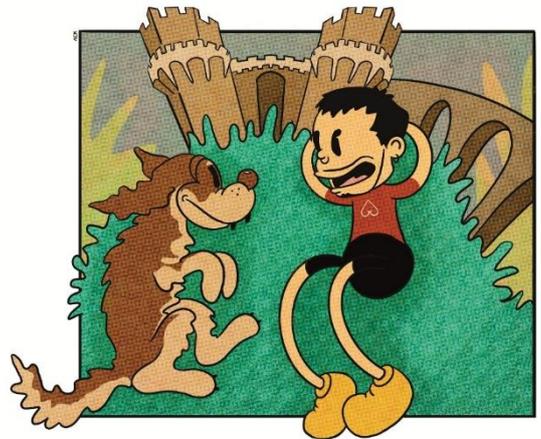
BY  
ACK



BY  
ACK

5.1.3 Encargos

32



UN DIA PEL RIU TÚRIA...



SAPS PER QUÈ ES DIU "QUEDAR-SE A LA LLUNA DE VALÈNCIA"?

## REDES SOCIALES

ENLACE A REDES SOCIALES DONDE SE PUEDEN VER TODAS LAS DISCIPLINAS Y CONTENIDO QUE EL AUTOR HA IDO ACTUALIZANDO DESDE EL INICIO DE LA INVESTIGACIÓN HASTA EL MOMENTO:

<https://www.instagram.com/ackfisde/>

[A C K // A R T \(@ackfisde\) | TikTok](#)