



GUÍA DEL ARTISTA INTEGRAL



IDEAS Y RECOMENDACIONES PARA
TU VIDA PROFESIONAL, ARTÍSTICA Y PERSONAL:



Individual

Subjetivo

ARTE
Tu artista interior

Objetivo

OBRA
Rider técnico
Presentación escénica

Individual



Cultural

Subjetivo

**LENGUAJE,
INTERPRETACIÓN**
Analizar una obra de arte

(Interior)

Objetivo

**SISTEMA/
MEDIO MUSICAL**
Cómo funciona el medio
artístico

(Exterior)

Social

TU ARTISTA INTERIOR: PRÁCTICAS PARA ALIMENTAR LA CREATIVIDAD

“¿Por qué será que mis mejores ideas surgen cuando estoy en la ducha?”

Albert Einstein

1 LAS PÁGINAS DE LA MAÑANA

Cada día, antes de comenzar con la rutina habitual, deja un breve tiempo para escribir dos páginas. Simplemente, registrar en el papel lo que fluye por tu mente en ese momento. No hay modo de hacer mal las páginas de la mañana. No se espera que estos devaneos matutinos sean arte o literatura. Estas páginas están destinadas a registrar cualquier cosa que pasa por tu mente, por tonta, estúpida, macabra o insignificante que parezca.

Todo este material enojoso y mezquino que escribes en la mañana es lo que se interpone entre tú y tu creatividad, toda esta charla interior se filtra a través del subconsciente y enturbia tus días. Hay que volcarlo al papel.

Las páginas de la mañana son una herramienta primordial para el desarrollo creativo. Aunque frente al mundo aparentamos ser artistas realizados, a veces sentimos que nuestro trabajo no es suficientemente bueno. Somos víctimas de nuestro perfeccionista interior, un desagradable crítico interno, el **Censor**, que mantiene un monólogo constante de comentarios subversivos que a menudo se disfrazan de verdades. El Censor dice cosas maravillosas como: “No lo estoy haciendo bien” o, peor, “Nunca lograré hacerlo correctamente”.

Al saltar directamente de la cama al papel cada mañana, aprendes a liberarte de ese auto-censor. Como no existe un modo incorrecto de hacer estas páginas, la voz del Censor no cuenta. Y si él protesta, pon sus pensamientos por escrito también.

El punto es dejar de tomar al Censor como la voz de la razón y aprender a escucharlo como lo que es: un aparato bloqueante. Guarda esas hojas por semanas y no las leas hasta después de un tiempo.

Cuando te preguntes (porque es probable que lo hagas), “¿para qué estoy haciendo este trabajo de escribir?” la respuesta es “para pasar al otro lado”. Este trabajo realmente nos permite atravesar la barrera, más allá de nuestro miedo, de nuestra negatividad, de nuestros humores. Por sobre todas las cosas, nos permite enfrentarnos a nuestro Censor. Fuera del alcance de la charla incandescente del Censor encontramos nuestro centro en calma, el lugar donde es posible escuchar una tranquila voz, que es a la vez la tuya y tu propio impulso creativo que habla.

2 VIAJE EN EL TIEMPO I: TU PROPIO SALÓN DE MONSTRUOS FAMOSOS

Anota tres antiguos enemigos de tu autoestima creativa. Tus monstruos históricos son los ladrillos de tus creencias negativas arraigadas (sí, esa profe de matemáticas, así como las espantosas cosas que te decía. Anota todo). Más monstruos irán apareciendo mientras trabajas en tu viaje en el tiempo. Puedes dividir tu vida en segmentos de cinco años y así irás descubriendo las principales influencias negativas de cada período.



3 LA CITA CON EL ARTISTA: UN MOMENTO ENTRETENIDO

Se trata de destinar un espacio de tiempo, por ejemplo unas dos horas a la semana, especialmente para nutrir tu conciencia creativa. **A esta cita no invitas a nadie más que a tu artista interior, o sea, tu niño/a creativo/a.** Esto excluye a amigos, familia y otros: ningún intruso/a.

Tu artista necesita que se ocupen de él, que le pongan atención. Hay tantas maneras de evadir ese compromiso, y las más habituales “no tengo plata”, “no tengo tiempo”: tu artista es un niño/a, y un largo paseo por Santiago, una expedición solitaria por el cerro, un momento para escuchar música de los grandes maestros o visitar una galería de arte solo cuestan tiempo y no dinero.

Por sobre todas las cosas, aprende a escuchar lo que dice tu niño/a artista acerca de estas salidas. Por ejemplo, puede reclamar “¡me carga todo esto, tan serio, tanto arte!”; si persistes en llevarlo solamente a lugares extra cultos. Te está diciendo que tu arte necesita una motivación más lúdica. También es posible que trates de evitar las citas con tu artista. Lo importante es que reconozcas que muchas veces esa resistencia es solo miedo a la intimidad con uno mismo.

4 VIAJE EN EL TIEMPO II: EL GUIÓN DEL TERROR

Selecciona y escribe una historia de horror proveniente de tu salón de monstruos famosos. No es necesario que sea larga, pero no descartes ningún detalle que recuerdes: el lugar, la manera en que la gente te miraba, cómo andabas vestido/a, lo que sentiste, si estaban tus padres o no, en fin, todo lo que te produce rencor relacionado con ese incidente: “Y entonces, el monstruo me dijo con esa sonrisita absolutamente falsa: te vas a morir de hambre como artista”.

Te servirá como catarsis hacer un bosquejo de tu antiguo monstruo, o colgarle una imagen que te evoque el incidente. Caricaturiza a ese monstruo, o al menos dibújale encima una linda X en rojo.

5 CARTAS AL DIRECTOR

Escribe una “carta al director” de un diario, defendiéndote. Envíatela a ti mismo/a. Es muy divertido escribir esta carta con la voz de tu niño/a artista amurrado: “la vieja de matemáticas es una resentida que se quedó pegada en la música de la Nueva Ola”.

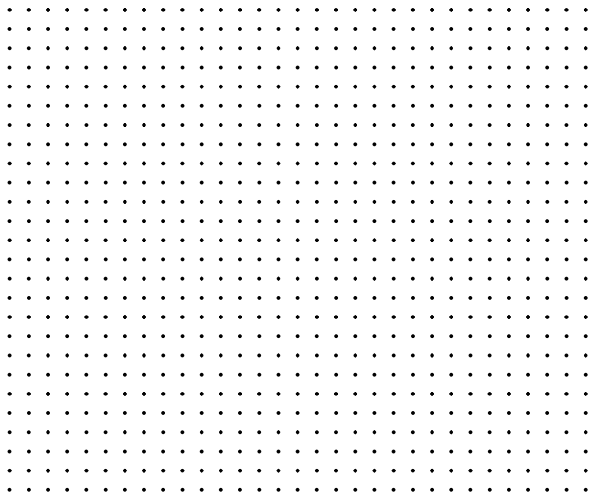
6 VIAJE EN EL TIEMPO III: TU GRUPO DE AUSPICIADORES

Anota tres antiguos defensores de tu autoestima como creador/a. Este es el salón de tus auspiciadores y patrocinadores, los que te alentaron a ti y a tu creatividad. Aunque no creas 100% en lo que te hayan dicho (¡el auto-censor de nuevo!), registra esas felicitaciones tal cual como te la dijeron.

Vuelve atrás en el tiempo buscando recuerdos positivos. ¿Cuándo, dónde y por qué te sentiste bien acerca de ti mismo/a? ¿Quién te ayudó a sentirte seguro/a?

7 LO CORTÉS NO QUITA LO VALIENTE

Escribe una carta de agradecimiento. Envíatela a ti mismo/a o, lo que es mejor, a uno de tus antiguos mentores o auspiciadores. Quien sabe, en el futuro tal vez seas tú quien reciba una.



La mayoría de las veces, cuando nos encontramos bloqueados en algún área de nuestra vida, es porque de esa manera nos sentimos más seguros. Gran parte del miedo a nuestra creatividad se debe al miedo a nuestra propia grandeza o Complejo de Jonás (página 114).

¿Qué significaría para mí y para quienes me rodean que me vean trabajando por alcanzar mi mejor versión? A veces tenemos nociones bastante desalentadoras de lo que podría suceder. Una lista de creencias negativas que se asumen habitualmente es:

No puedo ser un/una artista creativo/a, exitoso/a y prolífico/a porque:

1. No sé nada de música / actuación
2. No tengo buenas ideas
3. No tengo contactos en el medio
4. No es lo que mis padres quieren
5. Ya hay personas mucho más talentosas que yo
6. Haré una mala presentación sin darme cuenta y quedaré como un tonto/a. Los que “saben” se reirán de mí.
7. Nunca tendré dinero
8. Aún no existe el público que pueda entender mi propuesta artística
9. Me volveré autodestructivo/a y comenzaré a tomar, drogarme o ser adicto a cualquier cosa que me dé una satisfacción inmediata
10. Mi amor de toda la vida me dejará
11. Me quedaré solo/a
12. Me sentiré mal porque no merezco tener éxito
13. No podré crear una sola obra de calidad
14. No tengo talento innato. Un artista nace, no se hace

Ninguna de estas creencias negativas es necesariamente verdadera. Son ideas preconcebidas o prejuicios alimentados por nuestro entorno cultural: ¿tienes alguna prueba real de que en tu vida vaya a pasar algo como esto? Cada una de estas creencias refleja simplemente nociones que tenemos acerca de lo que significa ser un artista. Hay una diferencia entre juicios

u opiniones personales y hechos concretos comprobables.

Reducidas a su esencia, nuestras múltiples creencias negativas revelan un sentido central: tenemos que reemplazar nuestros sueños por una meta más “real”. En otras palabras, si ser un artista suena demasiado bueno para ser cierto, le pondrás un precio tan alto que sea imposible de pagar. O sea, que seguirás bloqueado/a.

Si has decidido ser artista, en este Cuaderno de Viaje encontrarás diversos ejercicios que trabajan con los miedos y bloqueos. Revisa la Práctica Integral de Vida y plantéate comprometerte con algunos (idealmente todos) de los ejercicios que están descritos.



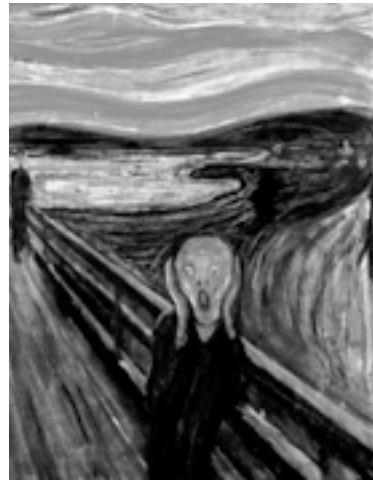
ANALIZAR UNA OBRA DE ARTE: "EL GRITO" (EDVARD MUNCH)

A TRAVÉS DE LOS 4 CUADRANTES Y EL PLURALISMO METODOLÓGICO INTEGRAL

LENGUAJE Interior Cultural	

En la página 111 de este Cuaderno revisamos las 8 zonas o teorías de estudio que propone el Pluralismo Metodológico Integral (PMI) para interpretar una obra de arte:

	INTERIOR	EXTERIOR		
INDIVIDUAL	ESTRUCTURALISMO Símbolos Conceptos Teorías artísticas 1 FENOMENOLOGÍA Arte Creación artística Significados 2	FORMALISMO Tono, forma y estructura de la obra Duración del montaje Libroto Diseño integral Registro en video o grabación AUTOPOIESIS¹ 5 Autocreación de la obra de arte Significantes Destrezas artísticas observables Performance 6	INDIVIDUAL	
	EXTERIOR	INTERIOR		EXTERIOR
CULTURAL	4	HERMENÉUTICA Significados compartidos Comprensión mutua Audiencias 3	AUTOPOIESIS SOCIAL 8 Estudios de los significantes Impacto social de la obra de arte Formación de audiencias INTERIOR 7	SOCIAL
	EXTERIOR	EXTERIOR	EXTERIOR	
	INTERIOR	EXTERIOR		
	ETNOMUSICOLOGÍA Musicología Semiótica Influencia de la genealogía (Foucault) Estilos artísticos Crítica	TEORÍA DE SISTEMAS Social Económico Legal Medioambiente Interacción global		



"El grito", Edvard Munch (1893)

¿CÓMO LO INTERPRETO? Aspecto Intersubjetivo (3 y 4)

Es la interacción entre el arte y las audiencias. Se ubica en lo Interior-Cultural.

Teorías que lo estudian: **Hermenéutica (arte y la ciencia de la interpretación), Antropología Cultural y, en el caso de la música, la Etnomusicología, que nos habla de elementos que surgen desde la intersubjetividad del proceso (la subjetividad del artista y la subjetividad de las audiencias).**

Aunque en general las personas opinan que el cuadro representa la angustia de alguien que grita, algunos expertos en arte y hermenéutica señalan más perspectivas.

En sus propios escritos sobre su cuadro, Munch dijo que estaba caminando junto con unos amigos cuando el cielo se tornó rojo sangre: "Me quedé paralizado temblando de ansiedad, y sentí que un grito infinito atravesaba la naturaleza".

¿QUÉ ME GENERA, QUÉ ME HACE SENTIR? Aspecto Subjetivo (1 y 2)

Es la experiencia directa del artista o audiencia con el arte. Se ubica en lo Interior-Individual.

Teorías que lo estudian:
Fenomenología y Estructuralismo.

Identifica lo que este cuadro te hace sentir. Algunas opiniones habituales mencionan, por ejemplo, "angustia", "miedo", "inquietud".

O, todo lo contrario, tal vez lo encuentras gracioso ya que el símbolo del cuadro se ha transformado en un popular emoji.

- ¿Qué te pasa a ti con este cuadro?
- ¿Qué símbolos puedes identificar?
- ¿Te recuerda algo?

¹Autopoiesis: concepto formulado por los científicos chilenos Humberto Maturana y Francisco Varela, que hoy se aplica en diversos ámbitos de investigación. Un sistema vivo, según Maturana, se caracteriza por la capacidad de producir y reproducir por sí mismo los elementos que lo constituyen, y así define su propia unidad.



Por ejemplo, Gunnar Soerensen, director del Museo Munch en Oslo, no está tan seguro: “Podría ser un grito en la naturaleza o una persona que grita”, opinó. “Es una cuestión de interpretación. El hecho es que logró pintar un sonido, con su cuadro se puede “oír” un sonido. Se trata de la ansiedad de una persona moderna”.

El cuadro pertenece a un estilo llamado “expresionismo”, que surgió a principios del siglo XX en Alemania. Los expresionistas de esa época buscaban reflejar una psicología nacional: “el alemán está impulsado y agitado por el demonio del futuro y de no ser nunca”.

Dice el New York Times que desde niño “Munch tenía una fijación con la muerte: su madre murió de tuberculosis cuando tenía 5 años y su hermana, cuando había cumplido 14. El morbo que atravesó al expresionismo fue un reflejo del presente, una época que se preparaba para las batallas épicas de la Primera Guerra Mundial”.

Volviendo a Soerensen, aclaró que los expertos en Munch conocen el lugar en Oslo que sirvió de telón de fondo para la pintura, y por cierto había gritos allí en esa época: los bramidos de un matadero cercano o los alaridos de los pacientes en un asilo psiquiátrico, o ambos.

¿Qué crees tú, que grita u oye un grito?

¿Representa este cuadro el grito de angustia de una época, de un país, tal vez presagiando un mundo en crisis o una gran guerra?

¿QUÉ ELEMENTOS LO COMPONEN?

Aspecto Objetivo (5 y 6)

Es la estructura visible, tangible de la obra de arte, que se ubica en lo Exterior-Individual. Se refiere a sus relaciones formales, duración, estilo, tonalidad (en caso que la tenga), entre otros muchos aspectos constitutivos, es decir su forma exterior objetiva.

Teorías que lo estudian: Formalismo y Autopoiesis (autocreación).

El cuadro mide 91 x 73,5 cms. Está pintado en una técnica mixta de óleo y pastel sobre cartón. En su paleta se distinguen las combinaciones de negro, rojo y amarillo.

Munch pintó cuatro versiones de “El grito”. La más conocida es la que muestra un cielo rojizo. Según una nueva teoría propuesta por un equipo de investigadores noruegos, las líneas rojas y amarillas que aparecen en el cielo son probablemente una descripción realista de un raro tipo de nube (nubes estratosféricas polares) que aparece de forma poco frecuente en el norte de Europa.

Por su parte los físicos de la Universidad Estatal de Texas señalaron que los tonos del cielo pintado por Munch pudieron ser inspirados por la presencia de cenizas volcánicas en la atmósfera, procedentes de la erupción del volcán Krakatoa en Indonesia en 1883.

Las manos de la figura parecen estar cubriéndose las orejas, protegiéndolas de un grito o ruido proveniente del exterior. Pero también podría estar agarrándose la cabeza, gesto clásico de un grito.

¿Qué otras cosas puedes ver objetivamente en este cuadro?



¿CÓMO REFLEJA EL SISTEMA EN QUE FUE CREADO?

Aspecto Interobjetivo (7 y 8)

Es la organización social, política, económica y legal que contiene el proceso artístico, junto a las redes y ecosistemas. Se ubica en lo Exterior-Social. Es el análisis que considera la manera en que el artista y la obra impactan y son impactados por los diferentes sistemas que lo rodean.

Teorías que lo estudian: Autoipoiesis Social y Teoría de Sistemas.

El “expresionismo” tuvo foco en Alemania e influyó en todas las artes: música, pintura, teatro, literatura y el cine emergente.

Antes de la Primera Guerra Mundial que pronto tendría lugar, el expresionismo vino a ser el gran aporte alemán al acontecer artístico y cultural internacional. Aunque Munch es noruego, vivió varios años en Alemania en plena efervescencia expresionista y sintonizó con la sociedad y cultura típica germana de la época: romántica, emocional, propensa al misticismo.

Alemania era un país subdesarrollado a principios del siglo XIX, a diferencia de Inglaterra por ejemplo. Sin embargo, en los primeros años del siglo y hasta la Primera Guerra Mundial, Alemania hizo un avance espectacular gracias a que Prusia se anexó 18 estados, lo que robusteció la industria, minería y los ferrocarriles. Guillermo II, rey de Prusia y emperador de Alemania, se sentía obligado a dar el tono también en lo artístico, panorama en donde Munch llamaba la atención del medio.

El progreso material fue tan vertiginoso como la toma de conciencia de un futuro orden mundial existencial, “la intención de expresar lo psíquico a través de la forma”: recordemos que ya en 1896 Freud había lanzado el concepto del psicoanálisis.

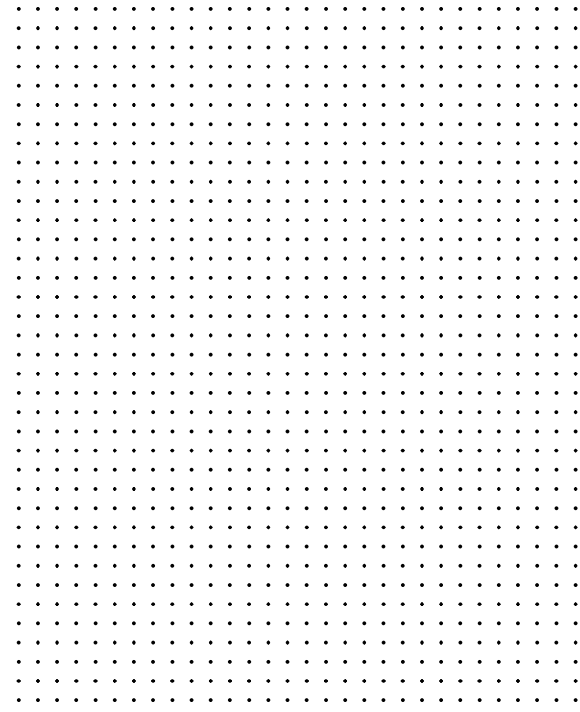
Los expresionistas colaboraban en grupos por razones prácticas: era más fácil dar a conocer su obra

a través de exposiciones colectivas. No es casual que los diversos pintores expresionistas tuvieran un trazo y un estilo bastante similar. En estas muestras, la burguesía de la época (equivalente a nuestra clase media) reaccionó en contra de su arte, los consideraban rebeldes que usaban muchos símbolos primitivos, como si el sentido estuviera en volver a los dibujos infantiles, a los íconos étnicos, lo cual se oponía a las formas artísticas tradicionales.

Antes de la Primera Guerra Mundial, los experimentos formales y cromáticos del expresionismo reflejaban sobre todo los estados de ánimo individuales de los pintores. Solo después de esta guerra sus mensajes se centraron claramente en la función social del hombre, en su papel como víctima de la represión social y política.

De alguna forma, el expresionismo, y de paso “El grito” de Munch, fue una alerta temprana a los horrores que el mundo, y en particular Alemania, enfrentaría con la Primera Guerra.

¿Se te ocurren otras ideas de cómo impactó el momento histórico en que fue pintado este cuadro?



EL RIDER TÉCNICO DE UNA PRESENTACIÓN EN VIVO

El Rider Técnico o ficha técnica es el documento que te garantiza las condiciones óptimas para hacer tu presentación. Te entrega como artista la tranquilidad que tu presentación se realizará en condiciones adecuadas y podrás enfocarte en lo importante que es tu actuación en vivo.

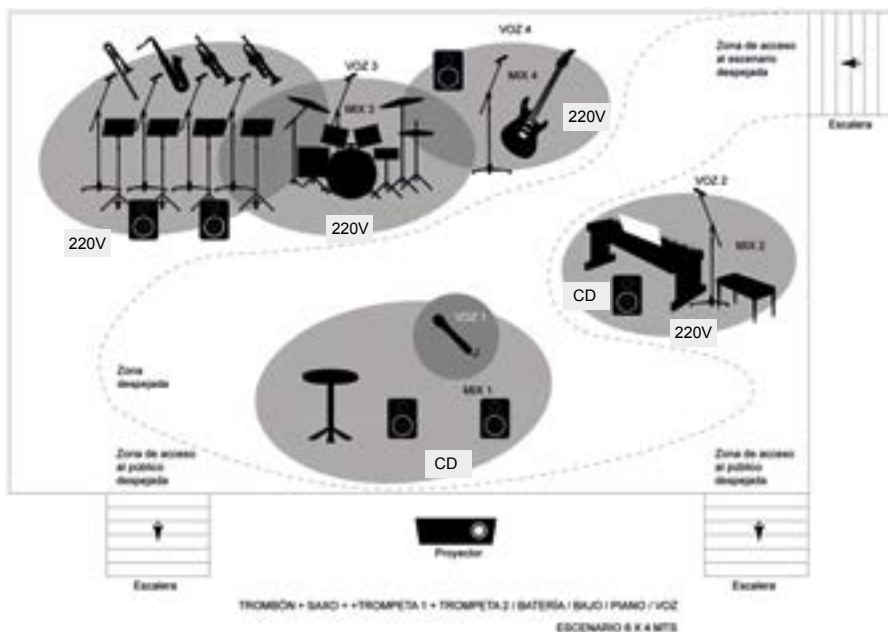
Además es la garantía para quien te contrata y para el público de que el evento cumplirá con sus expectativas.

El Rider Técnico permite el uso de un lenguaje común por parte del equipo técnico de producción del concierto o presentación, con el fin que la planificación, el montaje y los diferentes procesos inherentes a una puesta en escena se optimicen y ejecuten de acuerdo a un plan de producción.

También permite a los productores y personas que te contratan planificar en base a los costos de producción de tu puesta en escena.

Un Rider Técnico contiene:

- Cantidad de personas que forman el equipo:** artistas, músicos, actores, bailarines, equipo técnico (sonidistas, , stage manager, iluminadores, roadies, tramoyas, etc.) y equipo de producción (manager, asistentes, fotógrafos, etc).
- Escenario:** tamaño mínimo requerido (alto, ancho y profundidad. También con respecto a la altura), tipo de cobertura de suelo (si hay coreografías no es indicado el cubrepiso), color de tarima y fondo (generalmente negro), escaleras y accesos al escenario, distancia mínima a la que debe estar el público, ubicación de los sistemas de sonido para sala en relación al escenario.
- Energía:** en caso que se necesiten grupos electrogénicos específicos como back up.



STAGE PLOT TIPO EN PLANTA



d) **Refuerzo sonoro:** tipo y características del sistema de sonido general del evento. Ubicación de la consola de sonido en relación al escenario.

En caso que la presentación se realice al aire libre se necesita protección adecuada para el escenario y mesas de sonido e iluminación.

e) **Monitoreo:** sistema de monitores o retornos en escena –si los hay o si se usará sistema In-ear (con auricular en el oído)–, amplificadores requeridos para instrumentos, puntos de toma de energía (enchufes).

f) **Input list y output list:** El input es la lista de canales. Se hace una lista con todos los instrumentos, micrófonos y cajas directas que debe haber en escenario. El output es la lista de mezclas de monitoreo o retornos.

g) **Stage plot:** o planta de escenario. Diagrama que muestra la distribución en escena de todos los elementos que se utilizarán.

h) **Audiovisual:** si habrá proyecciones o videos en el escenario, especificar ubicación, medidas y tipos de pantallas o telones, tipo de proyector, tipo de conexión (HDMI, VGA o SDI).

i) **Iluminación:** detallar número de focos u otra iluminación requerida (seguidores, luces led, robotizados, etc.), tipo de filtros de color o gelatinas, dimmer necesarios, parrillas (truss) donde irán dispuestas las luces y su relación con respecto al escenario.

También incluir diseño de iluminación: colores y dinámicas que van variando por tema o escena.

j) **Backline:** hay muchos casos en donde la presentación en vivo se realizará junto a otras bandas o compañías, o se hará en lugares donde no es posible que cada músico lleve sus propios instrumentos o amplificadores. En estos casos se confecciona un backline, donde se especifica marca, modelo, tipo de instrumentos y todos los elementos técnicos en escena que no serán provistos por ti, sino por la producción o quien te contrató, incluidos insumos pequeños como pilas o lámparas para atriles de partituras.



STAGE PLOT TIPO ELEVACIÓN



- k) **Camarín:** destinado a músicos, compañía y equipo de producción. Debe tener el tamaño necesario para que quepan todos, contar con mesas, sillas, percheros, espejos, buenas luces para maquillaje, conexiones eléctricas y baños equipados. Debe tener llave o contar con vigilancia.
- l) **Catering:** comidas y bebidas para el equipo. No olvides pedir muchas aguas minerales en formato individual (para cantantes: sin gas y a temperatura ambiente).
- m) **Montaje:** especificar cuánto tiempo dura el montaje (a veces hay que hacerlo el día anterior), la prueba de sonido, la presentación en vivo y el desmontaje (hay muchos lugares donde se debe desmontar apenas finaliza el evento).
- n) **Diferenciar valores en regiones:** cuando esta presentación deba itinerar por regiones o fuera del área Metropolitana (San Bernardo o Lampa, por ejemplo), debes considerar los costos de traslados, viáticos y alojamiento para todo el equipo.
- o) **Datos de contacto:** del manager, productor técnico u otras personas que deben estar en contacto con quien te contrata. Debe incluir celular, teléfonos de red fija y mails.
- p) **Web y redes sociales tuyas:** pueden ir en la portada del Rider o repetidas como pie de página en cada hoja.
- q) **Links y teasers de videos:** para que todo el equipo tenga una referencia de cómo se ve tu propuesta en vivo.

PRESENTACIÓN ESCÉNICA

Ya sea como músico, compositor/a, intérprete, cantante, actor, actriz o bailarín/a, es altamente probable que gran parte de tu carrera se desarrolle en un escenario.

Cualquiera sea tu propuesta artística, la presentación escénica es una dimensión que debes tener en cuenta.

Próximamente los y las estudiantes de Intérprete con especialización en Canto de 4to año tendrán la asignatura de **Desarrollo Escénico**, donde aprenderán competencias de voz autoral, manejo en escena y frente al público, creación de presentaciones artísticas, libretos, vestuario y presentación, conceptualización, apropiación del sentido de la interpretación, entre otros temas relevantes para que tengas una excelente puesta en escena.



CÓMO FUNCIONA EL MEDIO ARTÍSTICO



1 POSTULAR A UNA AUDICIÓN

Cada currículum debe ir acompañado de una gran foto de rostro (blanco y negro o a color) y otra de cuerpo entero, como mínimo.

FOTO	<table border="1"> <tr> <td>Nombre:</td> <td colspan="2">Teléfono de contacto:</td> </tr> <tr> <td>Edad:</td> <td colspan="2">Email:</td> </tr> <tr> <td>Nombre de artista (o tías):</td> <td colspan="2">Web:</td> </tr> <tr> <td>Nombre de tu representante o manager (o tías) y sus teléfonos:</td> <td colspan="2">Redes sociales:</td> </tr> <tr> <td>_____</td> <td>_____</td> <td rowspan="6" style="text-align: center; vertical-align: middle;">FOTO</td> </tr> <tr> <td>_____</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td>_____</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td>_____</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td>_____</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td>_____</td> <td>_____</td> </tr> </table>	Nombre:	Teléfono de contacto:		Edad:	Email:		Nombre de artista (o tías):	Web:		Nombre de tu representante o manager (o tías) y sus teléfonos:	Redes sociales:		_____	_____	FOTO	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
Nombre:	Teléfono de contacto:																									
Edad:	Email:																									
Nombre de artista (o tías):	Web:																									
Nombre de tu representante o manager (o tías) y sus teléfonos:	Redes sociales:																									
_____	_____	FOTO																								
_____	_____																									
_____	_____																									
_____	_____																									
_____	_____																									
_____	_____																									

Tiro (parte de adelante)

Nombre:	Teléfonos de contacto:		
Edad:	Email:		
Nombre artístico (si tienes):	Web:		
Nombre de tu representante o manager (si tienes) y sus teléfonos:	Redes sociales:		
EXPERIENCIA			
TEATRO:	Nombre de la obra	Nº de funciones	Lugar donde se mostró
Año			
CINE:	Nombre de la obra	Nº de funciones o cantidad de espectadores	Lugar donde se mostró
Año			
TELEVISIÓN:	Nombre de la obra	Nº de apariciones	Canal, Programa
Año			
MÚSICA:	Nombre de la obra	Nº de funciones	Lugar donde se mostró
Año			
ESTUDIOS		OTROS CONOCIMIENTOS	
<ul style="list-style-type: none"> - Carreras cursadas y en curso - Título profesional - Grado Académico (licenciado, máster, doctorado) - Diplomados, talleres o cursos de especialización - Profesores o maestros relevantes - Certificaciones en música, softwares o idiomas - Certificaciones en idiomas 		<ul style="list-style-type: none"> - Idiomas (manejo general) - Conocimiento de tecnología - Viajes - Pasatiempos relacionados con el arte (confección de vestuario, lutería, experiencia en iluminación, escenografía, maquillaje, etc.) 	
PREMIOS, RECONOCIMIENTOS O FONDOS CONCURSABLES GANADOS		GIRAS, AUSPICIADORES, ENDORSMENTS	

Retiro (parte de atrás)

No hay duda que audicionar es todo un arte. Pero es un arte a tu alcance. La preparación previa es esencial antes que pongas un pie en la sala de audiciones. Los performers o artistas que van a una audición íntegramente preparados son los que tienen la mayor probabilidad de obtener el papel o el puesto y además son los más “recordables”. Si no hay un “call back” (llamada posterior o de pre-selección) para esa audición, probablemente sí la haya para otra ocasión. Nunca subestimes el impacto de la primera impresión que dejas ante la comisión una vez que caminas fuera de la sala de audiciones.

Aunque parezca obvio, es fundamental que sepas por qué y para quiénes estás audicionando. Busca una descripción de la obra, del rol o la función que debes desempeñar, de qué estilo es. Debes estar preparado/a para encontrarte con un director musical que querrá que cantes o toques en un estilo en particular, o un coreógrafo que se va a fijar en ciertas competencias específicas.

Siempre llega temprano. Aprovecha de hacer precalentamiento. Una vez que te llamen a la sala, enfócate a lo que viniste: ¡es el momento de demostrarles lo que sabes! Trata de ser natural y estar relajado/a (sabemos que es difícil, pero trata). Es incómodo, pero debes asumir que estarás siendo observado/a todo el tiempo. Una audición es una instancia para que un productor o director te conozca, sepa cómo trabajas y cómo eres. El mundo del espectáculo, las artes y la cultura es un medio muy reducido en este país, así es que cada instancia como ésta es una oportunidad para hacer buenos contactos, ya sea en ese momento o más adelante. Estás construyendo tu carrera.

Sé consciente de las cosas que te pueden jugar en contra: aunque conozcas a quienes te están audicionando, nunca trates de entablar conversación con ellos. El vestuario que lleves debe demostrar que has comprendido previamente los requisitos del trabajo, pero no te caracterices en exceso. Vístete como tú mismo/a. Se tú mismo/a.



2

IDENTIFICANDO CLIENTES POTENCIALES

1 INSTITUCIONES

(municipalidades, corporaciones culturales, instituciones de educación).

Manejan presupuestos variables que generalmente se planifican año a año.

Son entidades preocupadas en promover la cultura a través de eventos ligados a la música y las artes escénicas. Muchas instituciones suelen ser receptivas a nuevas propuestas que les permitan mantener una nutrida cartelera artística.

DATO: por procedimientos administrativos, las aprobaciones de los proyectos suelen demorarse y los sistemas de pago pueden ser a 60 días o más.

2 PRODUCTORAS

(de eventos, de conciertos, de teatro, de TV, de publicidad).

Son las más apetecidas por los artistas, porque constituyen una fuente de trabajo constante todo el año. Las productoras serán muy exigentes en cuanto a tu calidad ejecutiva, artística y profesional.

El mundo de los eventos está a cargo de las productoras. Solo en Santiago debe haber cerca de 400 agencias de este tipo, de las cuales menos de un 10% está vinculada a los llamados “grandes clientes”.

Para las productoras, mientras más talentos y destrezas comprobables tengas, serás mejor evaluado/a: si tocas un instrumento, cantas, bailas, actúas, autogestionas, sabes de sonido, escenografía, hablas idiomas, manejas tecnología, etc., son ventajas comparativas que una productora tendrá en cuenta sobre tu trabajo. No dejes de mencionarlas cuando te

presentes ante ellas, a las productoras le interesan fundamentalmente 3 cosas de ti:

- Que siempre estés ubicable apenas te llaman o te mandan un mail
- Que tengas el talento y profesionalismo para sacar adelante el evento
- Que seas lo más autosuficiente posible (que tu mismo soluciones detalles como traslados, instrumentos, atriles de partituras, aspectos que no son la especialidad de la productora). Lo mismo el día del evento: una vez que te asignen un camarín o un lugar donde esperar antes de tu actuación la productora se dedicará a otras cosas más urgentes y no podrá estar pendiente si tienes agua, comida o un espejo adecuado. Todas estas cosas debes pedir las antes del evento en tu Rider Técnico, ver páginas 143 a 145.
- Que tengas resueltos todos los aspectos legales: una cuenta en el banco para el pago por transferencia, boleta de honorarios, que revises constantemente tu mail y celular.

DATO: las formas de pago son variables: hay productoras que pagan al término del evento y otras que pagan a 30 o más días. Te recomendamos googlear la empresa con anterioridad y pedir recomendaciones de otros artistas o colegas.

3 EMPRESAS PRIVADAS

(marcas, compañías, hoteles, casinos de juego, malls, salas de teatro, clubes y bares).

En este rubro se encuentra la mayor variedad de clientes: desde pequeñas empresas a grandes cadenas y toda la gama que se mueve en el mundo de la entretención y el espectáculo: salas con espectáculos en vivo, teatros, casinos de juego, cadenas de hoteles, bares, clubes, entre otras.



Con las empresas en general, si quieres familiarizarte con quienes invierten en arte y cultura, lee el diario con regularidad y revisa las páginas sociales. Podrás ir confeccionando tu propia base de datos (ver punto 4. Bases de contactos, página 149).

Las empresas que trabajan en entretención mantienen una cartelera artística dinámica mes a mes y siempre necesitan datos de buenos artistas y músicos. Manejan distintos tratos en cuanto a forma de trabajo y pagos: los casinos de juego pagan por evento y no manejan presupuestos cuantiosos, solo para los artistas que son reconocidos en el medio o de larga trayectoria. Los malls ofrecen trabajo estable todo el año aunque pagan poco. Los hoteles son siempre una buena pantalla para los músicos y cantantes, te darán estabilidad por un tiempo definido ya que los hoteles buscan ir renovando su oferta al menos dos veces por año. Lo bueno es que cada vez hay más hoteles y por ende la oferta se amplía para ti.

Los clubes y bares con música en vivo suelen pagar a borderó (un porcentaje de las entradas es para ti, luego de descontar el 19% de iva y el 5% de la SCD). Los porcentajes que recibirás por venta de entradas van desde un 50% hasta un 80% –incluso un 100% en el mejor caso–, todo es negociable.

Los bares o clubes pequeños son también una alternativa para todo principiante. Trata de relacionarte con bares que tengan experiencia en la relación con artistas. Los buenos bares donde presentarse están plenamente identificados en la comunidad musical en que te mueves, así es que pide referencias.

En cuanto a los teatros, tan solo en Santiago existe una gran cantidad de salas con capacidades desde 50 a 1.000 asientos. También trabajan a borderó o por arriendo (que es caro). Todas las salas de teatro operan sistemas diferentes con los cuales te irás familiarizando.

4 COMPAÑÍAS DE TEATRO, BANDAS, ORQUESTAS

Es la instancia en que te encuentras con tus pares. Es muy gratificante trabajar en estos entornos, porque es el escenario donde puedes expresar toda tu propuesta artística, mejorar tu práctica, aprender del trabajo en equipo y profesionalizarte.

El trabajo en equipo con otros artistas no tiene un modelo operativo específico. Cada compañía, banda y orquesta maneja sus propias reglas de funcionamiento en cuanto a ensayos, management (cómo obtienen proyectos y se relacionan con clientes) y división de las ganancias.

5 PARTICULARES (cualquier persona)

Te pueden contratar para un matrimonio, fiestas o un evento pequeño que es lo usual. Los clientes particulares tienen la desventaja que no te darán continuidad de trabajo (te llamarán una sola vez para algo puntual) pero te pueden ayudar mucho en tu camino artístico porque, si tu propuesta les gusta, comenzarán la publicidad “boca a boca”, a recomendarte entre sus amigos e incluso en las mismas empresas donde ellos trabajan.

3

CÓMO DARTE A CONOCER

Uno de los pasos más complejos para un artista que comienza su carrera es justamente tomar el rol de artista:

- creador/a
- autogestor/a
- manager
- productor/a
- músico, cantante o actor/actriz

**Un/una artista
hace todo esto.**

Después de todo, si tú no tomas en serio tu trabajo nadie lo hará por ti.



Algunas ideas:

- Tarjeta de presentación: el mail de contacto debe ser profesional: si estás hablando con una productora que espera que seas un músico/cantante/actor/actriz/compositor(a)/artista responsable, puntual, ejecutivo/a, no puedes presentarte con un mail que sea supertalibandelrock@gmail.com.
- Si no quieres gastar papel porque estás comprometido/a con la ecología, hazte un sitio web, contacto o hashtag en redes sociales que sea simple, corto y de fácil recordación.
- Sitio web: en nic.cl (los que validan tu marca en la web) cuesta menos de \$22.000 mantener un sitio por dos años. Y el hosting (el servicio que aloja tu sitio en la web) hoy en día es muy barato: puedes encontrar planes de host por menos de \$15.000 anuales. Trata de contratar una empresa de hosting recomendada.
- Redacta una breve biografía y reseña de tu trabajo. Breve: no más de tres o cuatro líneas. No uses las palabras “espero que”, “debería” o “probablemente” en esta declaración. Sé concreto/a.
- Presencia en redes sociales como Facebook, Youtube, Soundcloud e Instagram por nombrar las básicas para un artista conectado/a. Recuerda ir actualizando contenidos periódicamente.
- Si tienes videos en HD (alta calidad) y audios de buen nivel, mantén siempre a mano los links en YouTube o Vimeo, e incluso un stock de DVD's o CD's con toda la info a mano.
- Si es necesario, trabaja durante un tiempo como asistente de otro artista que ya tenga una carrera formada: este paso te ayudará increíblemente en tu propio proyecto.
- ¡Crea tu propio proyecto! Estás en el entorno más propicio para encontrar a gran parte del equipo que te puede apoyar en tu camino artístico: una enorme red de contactos de

compañeros/as, profesores/as y amigos/as. No desaproveches la oportunidad.

- Optimiza tus redes de contacto: asiste a eventos, charlas, exposiciones y conciertos. Así te empiezas a dar a conocer y a establecer redes. El medio artístico nacional es pequeño.

4

CÓMO CREAR TU PRIMERA BASE DE CONTACTOS

1. Lee diarios, en especial las páginas de cultura, sociales e incluso los cuerpos de negocios: ahí descubrirás con nombre y apellido gran parte de tus potenciales clientes.
2. Busca en internet por marca, empresa o institución. Muchas de ellas publican su organigrama y mails de contacto.
3. De cada evento, concierto o exposición que asistas, guarda el programa o folleto con la información del mismo: ahí siempre aparecen las marcas que auspician y las productoras que están detrás del evento.
4. Comparte bases de datos de contacto con tus compañeros/as y colegas: en este medio, los artistas suelen ser bastante generosos y se cultiva el compañerismo.
5. Si tienes la suerte que te llegue un mail masivo de alguna institución o persona ligada al medio artístico y no venga CCO (con copia oculta de la lista de correos), guarda una copia. Es probable que en esa lista de correos aparezcan algunos muy útiles para ti.

Esta parte del trabajo requiere de mucha perseverancia: puede que te den ganas de desistir el primer día, pero pasar por este proceso es una etapa inevitable para todo artista independiente que está creando su primera base de datos de contactos. El tiempo que destines a esta gestión te será de enorme utilidad para tu desarrollo profesional.



5 PRIMER CONTACTO CON UN CLIENTE

Cuando un potencial cliente te contacta, esto tiene al menos dos motivos:

- Para registrar tus datos (ellos también deben actualizar constantemente su propia base de datos) o
- Te han llamado para solicitar un presupuesto.

Estos contactos iniciales suelen ser por mail o teléfono. Muy pocas veces te llamarán a una reunión. Por supuesto, tú puedes proponerla –siempre una reunión es una instancia que aporta seriedad al trabajo, si tienes previamente resueltos algunos de los puntos señalados en el 3– pero no insistas en concretar una reunión si no están las condiciones apropiadas (tiempo del cliente o tuyo, lugar, urgencia, objetivo claro, etc.).

Responde al mail o la llamada con toda la información que el cliente te solicite. Si vas a requerir un plazo para enviar un presupuesto idealmente este no debe pasar del día siguiente: es muy probable que quién te está contactando lo esté haciendo al mismo tiempo con otros músicos o actores, por ende el factor tiempo pesa. Además, habla bien de tu capacidad ejecutiva ante el cliente el que te comprometas a enviar un presupuesto en un plazo definido y rápido.

Es posible que el potencial cliente te informe en qué plazo tomará una decisión, pero es muy común que esto quede abierto. Ya sea por sí o por no, es recomendable que una semana después de haber enviado tu presupuesto escribas un mail a quien te contactó para saber qué decisión tomaron. Si han optado por otra persona, no te desanimes que ya será tu turno. No mandes WhatsApp a tus clientes a no ser que ellos te hayan contactado por esa vía.

Músicos y cantantes que llevan más de veinte años de carrera artística te dan este consejo: “en tu primer año de carrera más de 50 veces te van a decir que no; eso es normal. No te desanimes, porque vivir (y bien) de la música es posible: tienes que trabajar duro, ser perseverante y saber esperar por tu momento, porque este llegará”.



valor 1:

ANOTA TODOS LOS GASTOS QUE HARÁS PARA EL EVENTO

- Comida, transporte (incluyendo ensayos y el día del evento), músicos o elenco acompañante, catering (comidas que se sirven durante el evento para ti y el equipo), arriendo de equipos.
- Inversión (si debes comprar vestuario técnico o de show, hacer una pista, bajar una partitura).

*Ejemplo:
Gastos = \$50.000*

valor 2:

DEFINE CUÁNTO ES LO QUE ESPERAS GANAR

Tienes varias alternativas, todas las cuales dependen de tu criterio e intuición, ya que deberás evaluar la magnitud o tamaño del evento, tu nivel artístico e incluso tus propias necesidades económicas:

- a) Puedes duplicar el monto de gastos, es decir, “yo debo ganar el doble de mis gastos” por ejemplo \$100.000. (En el punto 1 dimos un ejemplo de \$50.000 en gastos).
- b) Puedes asignar un valor basado en algún gasto o necesidad que tengas: por ejemplo “necesito \$150.000 para la cuota del Ipad, para pagar el arriendo de mi sala de ensayo”, etc.
- c) O puedes llegar a definir un valor en base a lo que estimes apropiado. Puedes consultar con tus amigos/as o con otros músicos o artistas.

También evalúa al cliente. Googlea, investiga a qué rubro pertenece, de qué tamaño es la empresa, si hace eventos constantemente, ¿conoces a alguien que te pueda dar referencias? Todo esto te ayudará a tomar una mejor decisión de cuánto cobrar.

A cobrar = *valor 1* + *valor 2*

Quando se trate de presupuestos por proyectos a largo plazo (una gira, una temporada en un teatro o en un hotel por ejemplo) te recomendamos que dividas el monto de gastos de inversión (valor 1) por la cantidad de meses que durará el proyecto. Esto te arrojará un valor más real y proporcional de lo que puedes cobrar.

Al hacer un presupuesto no olvides:

- pagar a todos los que trabajan contigo el valor que merecen y en un plazo apropiado,
- pagarte a ti mismo el valor que mereces,
- darte tiempo para apoyar a otros en sus propios proyectos,
- comprender el valor de tu arte,
- pensar siempre en hacer feliz a tu cliente y satisfacer sus expectativas.

Si tienes consultas sobre cómo cobrar, escríbenos a eventos@projazz.cl, siempre podemos ayudarte!





7 LOS SÍ Y LOS NO RECOMENDADOS

No te recomendamos aceptar:

- Tratos con clientes en donde el pago sea en viáticos de comidas o bebidas. Esto sienta un mal precedente para el resto de tus colegas artistas y además alimenta una mala práctica laboral.

Sí te recomendamos aceptar:

- Canjes: entrevistas en un medio de alto alcance, canje en vestuario ya sea de show o técnico, instrumentos, equipamiento y tecnología. Son algunos ejemplos de canjes que sí aportan a tu trabajo artístico y a la vez te abren posibilidades de contacto con potenciales clientes: también puede ser que el canje sea ahora, pero condicionado a un evento pagado a futuro.
- Negociar pagos de honorarios que sean un poco más bajos de lo que tenías presupuestado si es que por el contrario te aportan estabilidad laboral y visibilidad artística (por ejemplo, casinos de juego y hoteles, que no manejan presupuestos holgados pero sí son una excelente vitrina).
- Tocar gratis y de forma esporádica en espacios o escenarios que estén en sintonía con tu propuesta artística y que te puedan proporcionar difusión, horas de vuelto en escena y contacto con el público.

8 SERVICIOS EXTERNOS QUE PODRÁS NECESITAR

SESIÓN DE FOTOS:

Una sesión de fotos dura a lo mínimo 2 horas, con cambios de vestuario. Tú debes llevar vestuario, maquillaje y caracterización. Si necesitas locación (tomar fotos en algún exterior: calle, barrio, escenario) las horas se duplican y puede que los costos también.

Negocia previamente con el fotógrafo/a si necesitarás:

- Retoque digital (suele ser necesario).
- Si quieres también las fotos en versión blanco y negro o con algún filtro.
- Si es necesario repetir la sesión en caso que el resultado final no te satisfaga.
- Definir los derechos de uso de tus imágenes (para que impidas que sean publicadas o utilizadas por otras personas sin tu autorización).
- La obligatoriedad del pie de foto, algo que un fotógrafo/a con experiencia te va a pedir: su nombre a un costado de la foto, en letra pequeña, cada vez que esta se publique en cualquier medio.

REGISTRO EN VIDEO HD (ALTA CALIDAD) DE UNA PRESENTACIÓN O CONCIERTO:

Una buena grabación debería considerar al menos 2 cámaras (una fija y una móvil, por ejemplo), post producción incluida.

La post producción se refiere a la edición de cada video:

- Poner pistas de audio sobre el video (asegúrate de haber registrado el audio desde la mesa de sonido, ver más adelante).
- Hacer teaser: breve video (máx. 2 minutos) que resume los mejores momentos de todo el registro. Te sirve para subir a redes y promoción de tu trabajo.
- Hacer autoría de DVD: ver el registro del concierto en formato DVD, dividido en capítulos, con opción de visualizar el concierto completo, y con extras como ficha artística, técnica, teasers, fotos.

Define previamente sobre el video:

- Tiempo de post producción ideal no más de 3 semanas post registro.



- Que te entreguen al menos 2 copias del DVD master (desde donde grabarás tus propias copias).
- Si te entregan videos individuales, que vengan en varios formatos y pesos: no puedes subir a Youtube un clip de 2 GB. Si vas a postular a un Fondart, ellos también te piden un formato específico para video.

REGISTRO EN AUDIO DEL CONCIERTO O PRESENTACIÓN:

Debes contratar a un sonidista o persona con experiencia en el tema, que se haga cargo de poner un micrófono en cada instrumento, voz o espacio donde haya sonido a registrar, y que cada una de estas líneas llegue de forma independiente a la mesa de sonido. El/la sonidista capturará un conjunto de pistas individuales que él/ella deberá mezclar y/o masterizar. Post evento, tú puedes estar presente en el momento de la mezcla y pedir, por ejemplo, que se eliminen ruidos, se corrijan afinaciones o se agreguen efectos de sonido.

Define previamente sobre el audio:

- Si vas a necesitar o no sonido ambiente (público, aplausos): puede ocurrir que ensucien el registro. Si quieres mantener el control del volumen o nivel del sonido ambiente, debes aclararlo con el/la sonidista.
- El día del evento el/la sonidista va a registrar las pistas en un computador. Asegúrate que tenga un back up o computador de respaldo ya que el programa que está utilizando puede caerse.
- Siempre deja en claro que necesitas las pistas masterizadas: no pistas individuales donde suene el piano, la voz y los aplausos de forma separada. A no ser que tengas experiencia en post producción digital y hagas tú mismo la mezcla.

9

A TENER EN CUENTA: ASPECTOS LEGALES Y ADMINISTRATIVOS

¿CÓMO EMITIR BOLETAS DE HONORARIOS ELECTRÓNICAS?

Cuando empieces a trabajar, tus clientes te van a pedir que les emitas una boleta de honorarios. Para esto debes ingresar en www.sii.cl, la plataforma online del **Servicio de Impuestos Internos** e ingresa en la parte **Registro de Contribuyentes / Inicio de Actividades**. Ten a mano el nombre completo y rut de tus padres, ya que tendrás que ingresar uno de ellos. Con esta clave podrás realizar el inicio de actividades que te permitirá emitir boletas de honorarios de forma electrónica. Este trámite es gratis.

Las boletas de honorarios retienen un impuesto que es del 10%, a diferencia de los productos y demás servicios que gravan iva, el cual es del 19%.

Recuerda siempre aclarar en tus presupuestos que **tus honorarios son “más el 10%”, de lo contrario te lo descontarán a ti**. Ese 10% lo recibirás cuando te llegue la devolución de impuestos, entre mayo y junio de cada año.

Calcular el 10% de una boleta:

**Si cobras \$200.000, debes dividir por 0.9
Te dará \$222.222.**

Descontar el 10% de una boleta:

**Si has cobrado \$200.000, debes multiplicar por 10%, luego presionar signo menos (-) y luego signo igual (=).
Te dará \$180.000.**

¿Sabías que si emites boletas de honorarios debes pagar cotizaciones previsionales?

Infórmate de los beneficios de esta nueva medida en www.previsionsocial.gob.cl/cotizacion-honorarios



¿CÓMO ABRIR UNA CUENTA RUT?

Es una muy útil, y además gratis, tarjeta de débito del BancoEstado, donde te pueden depositar hasta \$2.000.000 mensuales y puedes girar hasta \$200.000 diarios desde cualquier cajero automático. También permite hacer transferencias por internet y sirve como Redcompra. Para obtenerla, debes ir con tu rut a cualquier sucursal de ServiEstado (no vayas al Banco Estado). Más info en **www.bancoestado.cl**.

Es, definitivamente, una tarjeta bancaria muy útil para quienes no tienen cuenta corriente y ya empiezan a manejar su propio dinero. Además, te pueden depositar la devolución de impuestos en ella.

¿DÓNDE PUEDO OBTENER MODELOS DE CONTRATOS DE SERVICIOS PROFESIONALES?

Nunca está de más que exijas, sobretodo cuando se trata de sumas importantes, la firma de un contrato por ambas partes, aunque no esté legalizado (firmado ante un notario). Te aportará seriedad.

¿Quieres tener ejemplos de modelos de contratos?

Dirígete al Departamento de Asuntos Estudiantiles, DAE.

Si tienes otras consultas sobre el medio y trabajo artístico escríbenos a:

eventos@projazz.cl

¿SABÍAS QUE PUEDES ABRIR TU PROPIA EMPRESA O EMPRENDIMIENTO EN UN DÍA?

www.tuempresaenundia.cl

Chile es uno de los países con la tasa de emprendimiento más alta del mundo. Por esta razón el Ministerio de Economía quiso facilitarnos los trámites para armar una empresa. Para algunos clientes o para participar en fondos o proyectos grandes, es posible que te pidan facturas o que cuentes con una sociedad formal. Los socios pueden ser tu mismo, los integrantes de tu banda, compañía o proyecto.

En esta web puedes constituir una empresa en un día, de manera sencilla (son solo 4 pasos) y sin costo. Para ello, debes completar un formulario electrónico según los datos que ahí te pedirán.

SI COMPONGO O CREO UNA OBRA O UNA CANCIÓN, ¿CÓMO LA REGISTRO? LO MISMO SI GRABO UN TEMA, ¿DÓNDE LO INFORMO?

a) SCD

Si se trata de música, existe la Sociedad Chilena del Derecho de Autor (SCD) que se ubica muy cerca de Projazz. Puedes asociarte como estudiante de música (asociado joven menor de 27 años) de una institución reconocida por el Estado. También si ya has grabado algún disco con fines comerciales, ya sea como solista o como acompañante. Para asociarte, copiamos textual la info publicada en **www.scd.cl**:

Para incorporarte a la SCD debes acercarte personalmente a nuestras oficinas ubicadas en Condell 346, Providencia y completar los formularios de inscripción. Los formularios también pueden descargarse en los links dispuestos en esta página www.scd.cl.



El formulario debe entregarse en nuestras oficinas junto a una copia de la producción discográfica editada.

- Para inscribir obras musicales o canciones, se debe entregar en nuestras oficinas la línea melódica y la letra de la composición junto a la grabación y llenar el Boletín de Declaración de Obras.
- Solo pueden declarar obras los músicos que estén inscritos en SCD. Para la administración de derechos conexos (o de intérpretes), el intérprete o ejecutante debe informar a SCD de todas las grabaciones en las que ha participado, ya que su difusión le permitirá generar derechos.

b) Registro de Propiedad Intelectual

Las obras musicales, como todas las demás creaciones artísticas y literarias, se inscriben en el Registro de Propiedad Intelectual, **www.propiedadintelectual.cl**. Este es un organismo estatal, independiente de la SCD que es una entidad privada y por ende no es necesario estar afiliado a SCD para registrar obras. Para conocer sobre este trámite debes dirigirte a Herrera N° 360 esquina Compañía de Jesús, Santiago. Teléfonos: 22-7261834 / 22-7261829. Más información en: www.propiedadintelectual.cl. El costo de este trámite es muy bajo.

La SCD dice “Recomendamos a nuestros Socios y Afiliados inscribir sus obras en el Registro de Propiedad Intelectual pero además, al declararlas en SCD, nos permite proteger de mejor manera sus creaciones y realizar una efectiva liquidación de derechos”.

10 FONDOS Y DATOS

SÉ QUE EXISTE EL FONDART Y EL FONDO DE LA MÚSICA, ¿CÓMO PUEDO ACCEDER A ESOS FONDOS CONCURSABLES?

Primero, debes tener una buena idea que sea apta de materializarse en un proyecto que tenga un impacto medible en la sociedad.

Hay muchos libros, estudios y tesis sobre cómo postular de manera óptima a los fondos de cultura estatales. También existen asesores y especialistas. Y en 3^{er} año de carrera hay una asignatura llamada “Autogestión y Diseño de Proyectos”, en la cual se aborda en profundidad la postulación a estos fondos.

Participar en este tipo de concursos implica una cantidad de trabajo y esfuerzo, en especial si no estás acostumbrado/a a darle un carácter empírico a tus ideas. Pero profundizar en el desarrollo y formulación de proyectos es un área que todo artista debiera emprender alguna vez en la vida y qué mejor que ahora.

Lo primero que debes hacer, y con tiempo, es ingresar al sitio **www.cultura.gob.cl** e infórmate de las postulaciones 2019.

En Projazz existen varios estudiantes, egresados, titulados y profesores que han ganado un fondo estatal. El mismo Instituto ha sido favorecido con ellos. Lo cual quiere decir que tienes muchas fuentes de información al momento que decidas a participar. Siempre es recomendable asesorarte por alguien con experiencia previa en esta postulación.

¡Sinceramente esperamos que ganes y puedas concretar tus sueños!



¿QUÉ OTROS FONDOS CONCURSABLES O SISTEMAS DE FINANCIAMIENTO EXISTEN?

Hay muchas opciones. Acá te presentamos algunas de las más conocidas en el mundo de la cultura y las artes. Te invitamos a buscar en internet por “becas” o “fondos concursables”, las alternativas de postulación se renuevan año a año. La información fue extraída textualmente desde cada enlace.

1. Ley de donaciones culturales

Es un mecanismo que estimula el apoyo privado de empresas en el financiamiento de proyectos artísticos y culturales.

El Fisco aporta al financiamiento mediante un crédito equivalente a la mitad de la donación, lo cual es un muy bien recibido por las empresas.

Solo pueden postular proyectos las corporaciones, fundaciones, organizaciones sociales, juntas de vecinos, universidades, institutos profesionales entre varios otros. No pueden postular personas naturales (o sea tú, a no ser que lo presentes a través de alguna de las organizaciones anteriores).

El sistema de postulación es muy sencillo y está diseñado justamente para incentivar que aprovechemos este beneficio.

www.donacionesculturales.gob.cl

2. www.fondosconcurables.cl

El portal nacional de los fondos concursables. Tiene cuatro categorías, una de ellas es “Arte y Cultura”. En sus palabras: “nuestro espíritu es crear una comunidad que apoye el desarrollo de las ideas compartiendo el conocimiento para hacerlas realidad”. Te recomendamos que lo visites semanalmente porque siempre actualiza las oportunidades.

3. Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)

Estos fondos buscan fortalecer la capacidad de gestión de los gobiernos regionales en todo el país. Puedes postular a fondos tanto en Santiago como en regiones, incluso con el mismo proyecto porque todas las postulaciones son en fechas diferentes y todos los gobiernos regionales son independientes entre sí.

A través de fondos FNDR año a año muchas compañías de teatro y proyectos musicales pueden itinerar sus propuestas en varias comunas y regiones.

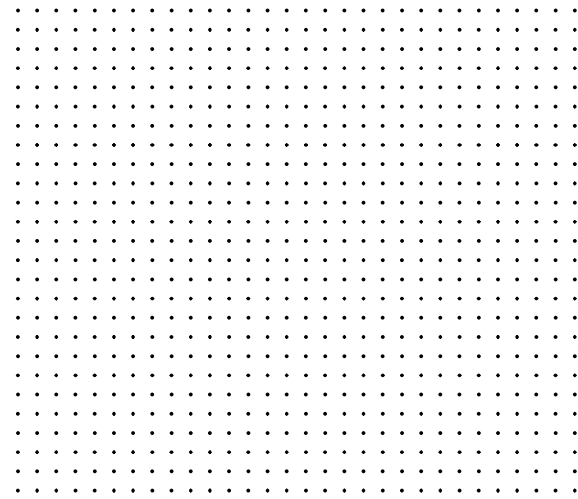
www.subdere.gov.cl
www.gobiernosantiago.cl/fndr

3. Agencia chilena de cooperación internacional para el desarrollo (AGCID)

Dependen del Ministerio de Relaciones Exteriores. Las becas AGCID difunden oportunidades de perfeccionamiento para chilenos/as en el extranjero.

Estas becas priorizan algunas áreas temáticas como igualdad de género y derechos de las mujeres, innovación y uso de nuevas tecnologías para el desarrollo y fortalecimiento de capacidades y formación.

www.agci.cl/index.php/becas





DÓNDE ENCONTRAR BUENOS
DATOS PARA ARTISTAS (becas, eventos,
financiamientos, proyectos, inspiración, ideas)

SMartChile

facebook.com/pg/CooperativaSMartCHILE

Organización sin fines de lucro que nació en Bélgica en 1998, con el objetivo de mejorar las condiciones de trabajo en el ámbito de la economía para artistas y creativos. Los beneficios que otorga SMartChile a sus socios son:

- Formalización del trabajo independiente: SMartChile es el paraguas y la figura jurídica a través de la cual puedes facturar a un cliente.
- Cobertura previsional: SMart se ocupa de pagar las cotizaciones en base al monto de facturación y el presupuesto del proyecto.
- Servicio de apoyo a la gestión administrativa, financiera y contable de los proyectos: a través de una plataforma tecnológica y un grupo de asesores, especialistas financieros y legales de apoyo que realizan un acompañamiento personal a los socios.

www.chilecreativo.cl

Enfocados en fomentar la exportación de bienes y servicios creativos chilenos en las industrias de la música, editorial, diseño y audiovisual.

www.unionnacionaldeartistas.cl

UNA es una organización conformada por asociaciones de artistas chilenos de todas las disciplinas artísticas.

www.proyectotrama.cl

(Red de Trabajadores de la Cultura)

Creadores, entre otros documentos, el Código de Buenas Prácticas Profesionales en la Música.

www.fundacionmustakis.com

Apoyan proyectos que promuevan experiencias transformadoras y den oportunidades de descubrir y desarrollar talentos.

www.fundacionluksic.cl

Entrega becas a través de la Corporación de Amigos del Arte del Teatro Municipal de Santiago

www.dirac.gob.cl

Apoya giras al extranjero de bandas y compañías chilenas.

www.daad.cl

Para estudiar en Alemania.

www.colofon.info

Información para la comunidad creativa de América Latina y el Caribe.

www.becaschile.cl

Programa del Ministerio de Educación que financia estudios en el extranjero en el ámbito profesional y técnico: Postdoctorado, Doctorado, Magíster, Pasantías Doctorales y Cotutelas de Doctorado, Magíster para Profesionales de la Educación.

www.tienes5segundos.cl

Como gestionar contenidos digitales hoy.

www.fanear.com

Cartelera nacional de eventos musicales.

www.imichile.cl

Agrupación de 41 empresas entre sellos discográficos, promotores, agencias de comunicaciones, tiendas online y plataformas de distribución digital. Reúnen el repertorio musical independiente más amplio del país, que incluye a más de 600 artistas.

www.wipo.int

Organización mundial de propiedad intelectual, lanzaron el libro “Cómo vivir de la música”.

www.cultura.gob.cl/publicaciones/guia-derecho-autor

Guía que aborda el derecho de autor y los derechos conexos al derecho de autor, que son los que conforman la propiedad intelectual regulada en Chile.

www.cultura.gob.cl/publicaciones/politica-musica-2017-2022

Política Nacional del Campo de la Música 2017-2022.