



UNIVERSIDAD DE CHILE

Facultad de Artes

Escuela de Postgrado

**Postítulo Gestión y Administración Cultural
en Artes Visuales y Música.**

“EXPOSICIÓN SONORA”

Integrantes:

Gustavo Aguirre Álvarez

Jorge Espinoza Flores

Profesor Guía: Patricio Muñoz Zárate

Santiago, Chile

2007

Índice	Páginas
1.- Introducción	4
2.- Resumen general	5
3.- Producto Cultural	6
3.1 Programa	11
4.- Fundamentación	12
5.- Objetivos Gral. y Específicos	15
6.- Investigación de Mercado	16
7.- Lugar de Realización	18
8.- Recursos Financieros	20
8.1 Presupuesto	22
8.2 Fuentes de Financiamiento	23
8.3 Estrategia de Búsqueda	24
9.- Organización	26
9.1 Organigrama	27
9.2 Carta Gantt	28
9.3 Cuadro de Riesgos	29
10.- Estrategia de Marketing	31
10.1 Campaña Publicitaria	35
11.- Aspectos Legales	36
12.- Aspectos Estratégicos	39
12. 1 Alianza Cultural	39
12.2 Alianza Comunicacional	39
12.3 Plan Auspiciadores y Patrocinadores	40
13.- Anexos	41
13.1 Registro Propiedad Intelectual	42
13.2 Cartas de Recomendación	43
13.3 Carta de Autorización	45
14.- Bibliografía	46

1.- Introducción

Como todos sabemos, el Arte de un país es lo que marca la diferencia en sus posibilidades de desarrollo como individuos y sociedad. Por ende, fortalecer la cultura artística nacional y universal es una de las maneras de enriquecer a nuestra diversa identidad en este mundo globalizado en que vivimos.

Difundir el Arte significa por tanto, dotar de instrumentos idóneos a creadores y artistas, despertando su creatividad intelectual y exponiendo sus obras en sociedad.

Sin embargo, existen todavía grandes desafíos que permitan resguardar nuestro continuo cultural en beneficio de la comunidad toda.

Por ello, nuestra propuesta artística llamada “ ***Exposición Sonora*** ” es y será un evento inédito sonovisual que ocurrirá en nuestro país. Este suceso musical es un proyecto dedicado a la creación, realización y transmisión de programas educativos musicales e históricos. Es decir, nuestro cometido principal es aportar a la educación integral de los chilenos.

En otras palabras, sabemos que el proceso educativo se basa, principalmente, en la apreciación del Arte. Si se provoca tempranamente el espíritu reflexivo y crítico en las personas se logra enormemente un avance sustantivo en la capacidad innovadora e imaginativa de todos aquellos que integramos una sociedad.

2.- Resumen General

Nuestro Proyecto Cultural **“Exposición Sonora”**, interrelaciona imagen, texto y sonido. Se presentarán los cuatro períodos musicales más representativos de la Música Docta, como el Barroco – Clásico – Romántico – Contemporáneo. Es decir, esta muestra artística se basa específicamente en exhibir cuatro módulos, en forma independiente, donde se expondrá información histórica musical de acuerdo al período correspondiente.

Esta presentación sonora estará apoyada visualmente por información breve sobre los compositores clásicos junto con escenografía, vestimentas y objetos decorativos, dando el ambiente histórico propio de la época.

Por lo mismo, dichos cuadros sonoros -que serán cuidadosamente elaborados- nos permitirá una fusión artística novedosa y lúdica para el público que relacione los grandes acontecimientos históricos de la humanidad con la creación de los grandes composiciones del género clásico.

Este evento **“Inédito”**, como propuesta cultural para el medio local artístico, se pretende producir en vivo en la **Sala de Arte “Pablo Neruda”** de la Estación del Metro Quinta Normal, donde se desplegará un programa de destacados músicos nacionales como internacionales.

3.- Producto Cultural

La Exposición Sonora es una muestra Sonovisual, por medio de un moduló o escenario se construye una interesante interrelación entre información, sonido e imágenes. Por ende, el desafío de nuestra propuesta es lograr una combinación artística atrayente y perfecta, que entusiasme y entregue datos acotados al público visitante.

Esta presentación artística, que abarcara los cuatro períodos más importantes de la Música Docta, como el Barroco – Clásico - Romántico – Contemporáneo, que cada uno de ellos será interpretado en vivo por Orquestas de Cámara, estarán apoyadas visualmente por información breve sobre los compositores clásicos junto con escenografía, vestimentas y objetos decorativos, dando el ambiente histórico propio de la época a exponer.

Como podemos identificarlo en el siguiente módulo espacial, donde se fusiona la época barroca –por ejemplo- de este período clásico con la relación simétrica de los visitantes en tránsito.



De esta manera, la puesta en escena es proyecto integral. Donde los grupos de cámara, ubicados en el centro del escenario, serán rodeados completamente por paneles con imágenes e información con respecto a cada época, como también, se ubicarán en las paredes laterales de la sala cultural otros paneles informativos.

Por lo mismo, dichos cuadros sonoros -que serán cuidadosamente elaborados- nos permitirá una fusión artística novedosa y lúdica para el público que relacione los grandes acontecimientos históricos de la humanidad con la creación de los grandes composiciones del género clásico.



Por lo cual, el intercambio con el público es sincrónicamente espacial, pues con el apoyo de información y folletos, la reciprocidad entre el espectador y la obra sonora se traduce en una comprensión integral, dado que cada módulo estará reforzado por imágenes y accesorios de cada época expuesta.

Por ello, esta propuesta invita al visitante a un recorrido histórico musical, especialmente a revivir y conocer algunos períodos clásicos pertenecientes a la Historia de la Humanidad.

De esta manera, nuestra propuesta se puede desglosar en dos áreas de observación: Fortalezas y Debilidades.

Fortalezas :

- 1) A la falta de que una exposición artística de esta envergadura en Chile nunca antes se haya realizado, es decir, presentar un ciclo de conciertos de música clásica en cuatro stand o módulos separados.
- 2) Crear una instancia instruida y recreativa con los públicos objetivos.
- 3) Entregar información histórica y decorativa a los visitantes, incentivando el interés personal por conocer e investigar con respecto tanto a las obras y las épocas expuestas.
- 4) Por ser una propuesta artística integral, donde se logra fusionar la música con el Arte dentro de la Historia Universal.

De esta manera, se pretende conseguir que los espectadores logren una asociación plenaria de acuerdo a los máximos exponentes de la Historia de la Música Clásica y la Historia Universal. Por tanto, que los asistentes a dicho evento musical obtengan un mayor acercamiento y conocimiento de las distintas épocas expuestas.

Debilidades :

- 1) Por su doble complejidad acústica y ambiental.
- 2) Por el espacio físico.
- 3) Por los imprevistos técnicos o climatológicos.

Por consiguiente, para cada período expuesto se programara las visitas de una forma organizada para lograr que cada visitante puedan tener el tiempo y la apreciación suficiente sobre cada módulo sonoro exhibido.

La muestra se extenderá por un mes consecutivo, donde en cada semana se expondrá un período musical distinto. Es decir, de Lunes a Viernes correspondientes se realizarán dos presentaciones por día, con un total de 10 funciones por semana.

Por lo tanto, en el primera semana se exhibirá el período Barroco, luego, en la segunda se podrá apreciar el período Clásico, luego en la tercera se permitirá disfrutar del período Romántico y por último, en la cuarta semana estará presente el período Contemporáneo.

1.- Período: *Barroco*

Conjunto de Música Antigua "*Le Carillon*":

- Voz - soprano
- Flauta dulce
- Bajón
- Teorba
- Clavecín

Obras de: Jacques Christophe Naudot

Robert de Visée

2.- Período: *Clásico*

Cuarteto de Cuerdas

- Violines
- Viola
- Violoncello

Obras de: Joseph Haydn. (Cuarteto en Sol mayor)

Wolfgang A. Mozart. (Cuarteto en Fa mayor)

3.- Período: *Romántico*

Orquesta de Cámara

- Violines
- Cello
- Piano

Obras de: Ludwig V. Beethoven. (Trío en Lab mayor)

Franz Schubert

4.- Período: *Contemporáneo*

Octeto de Vientos

- Trompetas
- Clarinete
- Fagotes
- Trombones
- Flauta

Obras de: Igor Stravinsky.

Fernando García.

Luis Advis.

La propuesta esta dirigida especialmente al Público Escolar, jóvenes estudiantes de Enseñanza Básica y Media, específicamente desde primero básico a cuarto medio.

Por ende, abarcaremos a los potenciales Colegios de la Región Metropolitana, como también, significa que la propuesta este disponible y en instancia de enseñar a todo el público en general.

Las visitas a la exposición serán ordenadas por nivel educacional, lo que implica que será organizado por grados de cursos, es decir, de Primero a Cuarto básico; luego, de Quinto a Octavo básico y de Primero a Cuarto Medio. Pues se espera aproximadamente una cantidad considerable de 500 a 1.000 alumnos por jornada diaria. Es decir, se espera aproximadamente 10 mil alumnos que se beneficiarán con esta propuesta cultural.

De esta manera, la estrategia comercial con dicho grupo objetivo será por medio de visitas guiadas gratuitas. Es decir, a través de “El Portal de la Actualización Docente” hará el contacto directo con cada colegio interesado que vaya a la exposición.

4.- Fundamentación

La etimología nos dice que *“Música es el arte de las musas”*¹. En cambio, para el filósofo francés J.Jacques Rousseau (1712-1778) la definía como *“el arte de combinar los sonidos de una manera agradable al oído”*².

Estas definiciones, dichas en épocas muy distantes entre sí y sin ser únicas, nos acerca al entendimiento de que todo lo que suena de una manera atrayente al oído es un mensaje armónico o simplemente música. Sin embargo, dicha concepción es una realidad objetiva que puede ser analizada, al menos como un hecho histórico. Su evolución, sus diferentes y cambiantes propósitos y sus progresivas posibilidades vinculadas a la historia del ser humano y a su dimensión espiritual, admiten en síntesis, que está la posibilidad de aproximarnos a su conocimiento general.

Como sabemos, la música ha acompañado al hombre desde los albores de su existencia, siendo un pilar fundamental en la comunicación con los demás. Así como otras muestras artísticas, como la pintura, la poesía, entre otras, la producción musical ha sido y será una instancia de demostración individual o comunitaria que va ligada al desarrollo de una sociedad.

Bajo estos argumentos artísticos, nuestro proyecto cultural denominado: **“Exposición Sonora”**, que se realizará primeramente en la capital y posteriormente en las principales ciudades del país, es una muestra armónica donde se unen sonido e imagen.

Con ello, pretendemos que la música, representada por conjuntos de cámara, ilustrarán obras compuestas en diferentes períodos musicales. Los cuales serán interpretado aisladamente en una **“muestra sonora”**, ambientados de acuerdo a la época.

¹ “ Historia de la Música “ Volumen I, Ediciones Codex, España 1970.

² “ Historia de los Grandes Compositores Clásicos” Tomo 3, Ediciones Orbis, España 1990.

En este sentido, en dicha muestra se exhibirán cuatro períodos consecutivos de la Música Clásica: Barroco, Clásico, Romántico y Contemporáneo. Con el apoyo visual se podrá disfrutar de las obras compuestas por los compositores de la época.

Es así como en el Barroco se exhibirá a dos exponentes significativos de este período, como fueron Johann Sebastian Bach y Antonio Vivaldi. Luego, para representar la época Clásica se presentará a dos de sus máximos músicos, como fueron Joseph Haydn y Wolfgang Amadeus Mozart. Posteriormente, se muestra para la época Romántica a dos grandes maestros como fueron Ludwig Van Beethoven y Frederic Chopin, y por último, en el período Contemporánea se expondrá a Igor Stranvinsky y a dos compositores nacionales como Fernando García, Premio Nacional de Arte 2002, y al gran maestro Luis Advis.

Esta propuesta sonora está dirigida cabalmente a un Público Escolar, sin excluir al Público General. Por ello, pretendemos llegar a dichos grupos sociales que de alguna manera, estén estudiando, trabajando o interesado en las diversas manifestaciones culturales, en especial en la Música Clásica.

Es decir, nuestro grupo objetivo son todos aquellos alumnos, profesores, profesionales, diletantes, melómanos, entre otros, que deseen escuchar y observar simultáneamente a una de la mas complejas y sublimes de las expresiones artísticas, como es la música clásica.

Con las reseñas históricas junto a una ambientación determinada de cada época de los compositores y de las obras habrá una mejor comprensión en los visitantes.

Por consiguiente, se genera un contexto de recreación, por ejemplo del momento vivido por el creador al escribir su obra o la idea plasmada en conjunción del o los acontecimientos que ocurrían a su alrededor. La magia de aquel momento que resulte un tema al escucharlo hace de esta **“exposición musical”** un instante único, de ahí el convencimiento de lo que se quiere realizar sea doblemente atractivo, sin caer en lo anecdótico.

Por ende, resulta interesante concretar dicha propuesta, abierta a la comunidad, para presenciar, escuchar y asociar la conjunción del arte musical y obtener un acercamiento concreto a lo docto o culto de una expresión compleja, difícil de asociar con la realidad extemporánea de la música de nuestros días.

Con la materialización de este proyecto, se pretende que el espectador se sienta atraído hacia las diferentes manifestaciones musicales expuestas.

5.- Objetivo General y Específicos

Objetivo General :

Realizar un muestra artística que integre sonido, imagen y texto, creando las condiciones adecuadas para exponer una **“Exposición Sonora”**. Queremos abarcar los cuatro períodos musicales más representativos de la Música Docta apoyados por información y objetos decorativos. Es decir, es un viaje histórico musical proporcionándole al público visitante, en tránsito, una instancia real de proximidad y aprendizaje de la Historia Universal.

Objetivos Específicos :

- 1) Disponer de un espacio físico para la exhibición de las cuatro épocas de la Música Clásica: Barroco – Clásico - Romántico - Contemporáneo.
- 2) Ofrecer en cada presentación grupos de cámara, en vivo, que identifiquen el estilo expuesto, acompañada de vestuario y accesorios correspondientes.
- 3) Proporcionar al auditorio de información necesaria, folletos, programas, repertorios y dípticos de los compositores, obras interpretadas e historia universal.
- 4) Crear una instancia educativa y didáctica con el espectador en relación con las épocas presentadas con composiciones escritas en el período que reafirmen la muestra sonora.

6.- Investigación de Mercado

De acuerdo a las diversas manifestaciones artísticas que se ofrecen en el medio local, entendiéndose que hoy Santiago se ha convertido en una ciudad moderna, donde se concentra gran parte de la actividad cultural del país, sólo podemos visualizar variadas exposiciones de arte, donde no se a considerado a la música dentro de ese contexto de exhibición cultural.

Por lo cual, sabemos que en la capital la inmensa cantidad de conciertos de diferentes estilos musicales, llegando día a día a un público determinado – que juegan un papel de relevancia para la promoción artística musical chilena- se enmarca solamente en una forma de exhibición, es decir, según el musicólogo y compositor chileno Fernando García “*es escuchar y observar dicho espectáculo*”³.

De esta manera, la investigación de mercado arroja dos puntos importantes a analizar.

Primero, considerando que en el área de la Música Docta el gran número de presentaciones artísticas que se realizan en Chile, tanto de la Orquesta Sinfónica de la Universidad de Chile, como de la Orquesta Filarmónica de Santiago y otras durante el año esta dirigida hacia un público conocedor y determinado a nivel socioeconómico.

Es así, que las programaciones anuales de dichas orquestas sinfónicas son totalmente aisladas entre sí, pues se determina la cantidad y las obras a interpretar según el criterio de mercado y no el interés educativo que debe manifestarse.

Así, dicho contexto responde a un proceso musical desinteresado y disperso dentro de la institucionalidad musical chilena.

Finalmente, en segundo lugar, se aprecia que en la mayoría de estas audiciones clásicas se debe desembolsar dinero por la programación e información sobre el concierto y la biografía de los compositores o épocas expuestas, lo que implica una carencia significativa para el desarrollo y comprensión general de dicha presentación.

³ Revista Musical Chilena “ Conversación con Fernando García”. Scielo.cl Santiago Julio 2003.

Por consiguiente, al evidenciar esta disgregada situación en el ámbito de programación y artístico, nuestro proyecto cultural apunta en la necesidad de hacer propicia una integración colectiva en un concierto clásico entre la música, las reseñas históricas e imágenes con respecto a una época representada.

Entonces, el valor educativo de nuestra propuesta sonovisual es una clara contribución al enriquecimiento cultural de nuestros visitantes.

7.- Lugar de Realización

En este contexto, nuestra muestra sonora se estrenará en el segundo nivel superior de la Estación de Metro de Quinta Normal, específicamente en la **Sala de Arte “Pablo Neruda”**. Debido, principalmente, a que en dicho local público se acomoda físicamente y técnicamente a la exposición.



En este sentido, dentro de los espacios públicos evaluados, como la Fundación Telefónica, perteneciente a la Compañía de Teléfonos de Chile (CTC) y la Sala Matta del Museo Nacional de Bellas Artes, la elección del lugar final se suscito por una puesta estética que es conforme a la exhibición, donde Sala de Metro nos entrega la infraestructura y el ambiente adecuado y proporcional para realizar dicho evento artístico.

De igual forma, los elementos estructurales del edificio, como su amplitud de espacio, su edificación, su moderno estilo arquitectónico y, finalmente, la acústica de sonido, fortalece principalmente una masiva concurrencia de público, donde cada visitante podrá recorrer cómoda y tranquilamente la exposición.



De esta manera, el intercambio con el público es sincrónicamente espacial, pues con el apoyo de información y folletos, la reciprocidad entre el espectador y la obra sonora se traduce en una comprensión integral, dado que cada módulo estará reforzado por imágenes y accesorios de cada época expuesta.

8.- Recursos Financieros

Con respecto al presupuesto, que lo entenderemos como la gestión de recursos económicos necesarios para la realización de nuestra propuesta, junto con su manejo y utilización en el tiempo, deberá ser coherente con los objetivos y actividades previstas, facilitando de esta manera los procesos y etapas del proyecto cultural.

De esta manera, se realiza un estudio previo a nivel técnico, comercial y económico en referente a las necesidades primordiales que requiere la realización de la propuesta cultural.

Así, en razón a los resultados de dicho análisis y junto a una pertinente y administrada gestión se prevé de lo que vamos a requerir en dinero, lo cual lo desglosaremos primeramente en egresos e ingresos, los que anotaremos junto con la periodicidad, fuente de financiamiento, sub-totales y totales generales. Por ello, el flujo de caja será aquella suma y resta del presupuesto en el tiempo según las actividades planificadas.

De esta manera, presentamos el siguiente Flujo de Caja:

Egresos

Honorarios:

\$ 8.010.000

Gastos de Operación:

\$25.308.000

Inversión:

\$ 1.000.000

Imprevistos:

\$ 560.000

Total Egresos

\$ 34.878.000

Ingresos

Total Entradas:

\$ 20.000.000

Auspiciadores:

\$ 7.439.000

Fondos Concursables:

\$ 7.439.000

Total Ingresos:

\$ 34.878.000

Una vez que hemos distribuido los diferentes ítemes de cuentas y de acuerdo a las cotizaciones realizadas, proyectaremos en segundo lugar nuestro presupuesto anotando el gasto total que iremos realizando y el saldo comparativo entre lo estimado y lo realmente gastado en el siguiente cuadro explicativo:

Presupuesto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	
Egresos						
Honorarios						
2 Gestores Culturales	1.080.000	1.080.000	1.080.000	1.220.000	500.000	
Asesoría Cultural			250.000			
Director Artístico		250.000	250.000	350.000		
Asesoría Legal	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	
Encargado de Finanzas		50.000	50.000	50.000	50.000	
Coordinador de Prensa		250.000	250.000	350.000		
Diseñadora Gráfica		250.000	250.000			
	\$ 1.160.000	\$ 1.960.000	\$ 2.210.000	\$ 2.050.000	\$ 630.000	\$ 8.010.000
Gastos de Operación						
Creación de una Sociedad	308.000					
Amplificación				3.000.000		
Iluminación				2.000.000		
Montaje Técnico				3.000.000		
Piezas Gráficas		3.000.000				
2 Auxiliares				200.000		
Jefe de Piso			200.000	250.000		
Diseño y Conf. Vestuario		750.000	750.000			
Textos			300.000			
Arriendo de instrumentos (2)				2.300.000		
Colaciones				250.000		
4 Anfitrionas				1.000.000		
16 Músicos				8.000.000		
	\$ 308.000	\$ 3.750.000	\$ 1.250.000	\$ 20.000.000		\$ 25.308.000
Inversiones						
Materiales de Oficina	80.000	80.000	120.000	120.000		
Registro Audiovisual				600.000		
	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 120.000	\$ 720.000		\$ 1.000.000
Imprevistos						
	120.000	120.000	120.000	200.000		
	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 200.000		\$ 560.000
Total Egresos	\$ 1.668.000	\$ 5.910.000	\$ 3.700.000	\$ 22.970.000	\$ 630.000	\$ 34.878.000
Ingresos						
Nª Entradas (\$ 2.000 estud.)		\$ 20.000.000				
Financiamiento Mixto						
Auspiciadores		\$ 7.439.000				
Fondos Concursables		\$ 7.439.000				
Total Ingresos		\$ 34.878.000				
Cifras sin Impuesto						

8.2 Fuentes de Financiamiento

De esta manera, los recursos económicos que se necesitarán se desglosarán en dos fuentes:

- A) Fondos Concursables, que serán aquellos recursos obtenidos de la participación en los concursos nacionales, como el Fondo Nacional de el Gobierno Regional Metropolitano de Santiago (Intendencia de Santiago)
- B) Financiamiento Mixto, esto incluye una cooperación colectiva por parte de una corporación cultural privada y un equipo técnico estable que dará su apoyo profesional a nuestro proyecto cultural.

Por consiguiente, dado la colaboración de la corporación habrá algunas entidades privadas que vayan a invertir sus recursos económicos para la ejecución de la propuesta.

Algunas de estas empresas reconocidas a nivel nacional interesadas en auspiciar dicho proyecto:

1. La Tercera.
2. Fundación Futuro.
3. Everscrip.
4. Banco de Chile.
5. Homecenter Sodimac.

También, estarán presentes otras instituciones estatales dentro del contexto del patrocinio. Entre las cuales, se destacan las siguientes:

1. Consejo Nacional de Cultura y Artes.
2. El Portal de la Actualización Docente.
3. Universidad de Chile.
4. Metro de Santiago.

8.3 Estrategia de Búsqueda

Observando que todos los días somos testigos de cómo excelentes y novedosas iniciativas artísticas y sociales en nuestra comunidad terminan, por falta de financiamiento, guardadas en algún escritorio, podemos dilucidar que la realización de cualquier proyecto cultural depende básicamente de la asignación de recursos económicos y no del valor educativo que contiene este proyecto.

Lamentablemente, debido a las dificultades que encuentran sus creadores para conseguir el financiamiento necesario, muchas ideas artísticas no se logran concretar ni difundir hacia el público.

De esta manera, con este complicado escenario, por desgracia frecuente dentro de la realidad cultural chilena, se debe buscar alguna alternativa económica y técnica apropiada e independiente y de bajo costo para la producción y ejecución de un evento artístico.

Por consiguiente, a la falta de recursos monetarios directo y completo para el desarrollo de nuestro proyecto "Exposición Sonora", hemos determinado por una estrategia de búsqueda de financiamiento mixto y, a su vez, la participación en los fondos concursables estatales.

En otras palabras, se realizará una búsqueda de una corporación cultural u otras de reconocimiento público y de apoyo a iniciativas concretas hechas en este último tiempo.

Dentro de las numerosas entidades culturales existentes en Santiago, se ha decidido por la corporación educativa "El Portal de la Actualización Docente" la cual, además de una importante alianza empresarial y comunicacional, tiene como objetivo principal el de fomentar el desarrollo de las Artes en todas las disciplinas nacionales.

Además, se consignará un equipo de trabajo para la producción técnica y visual de la muestra. Por ende, se trabajará con grupo especializado y de basta trayectoria dentro del contexto musical.

Ahora bien, las actividades culturales no se dinamizan sólo mediante el financiamiento, sino es necesario, además, tomar en cuenta las relaciones que se producen entre sus protagonistas, por el compromiso e impulso de llevar a cabo las ideas individuales y colectivas que surgen entre artistas y gestores, que buscan recrear y vivir la cultura.

9.- Organización

Para lograr que nuestra propuesta “**Exposición Sonora**” se desarrolle y se concrete dentro de los objetivos que nos planteamos, es decir organizar una exposición artística de interés histórico y cultural musical, debemos considerar la coordinación de información a través de un Equipo de Trabajo, con sus respectivas funciones dentro del ámbito de la gestión cultural.

Como sabemos, la determinación de roles y atribuciones es una forma de canalizar la energía del grupo, potenciando las capacidades individuales que fortalecerán el conjunto de las actividades a realizar y, así cumplir nuestro objetivo principal.

De esta manera, podemos desglosar, desde el punto de vista organizacional, a nuestro equipo de gestión cultural de la siguiente forma:

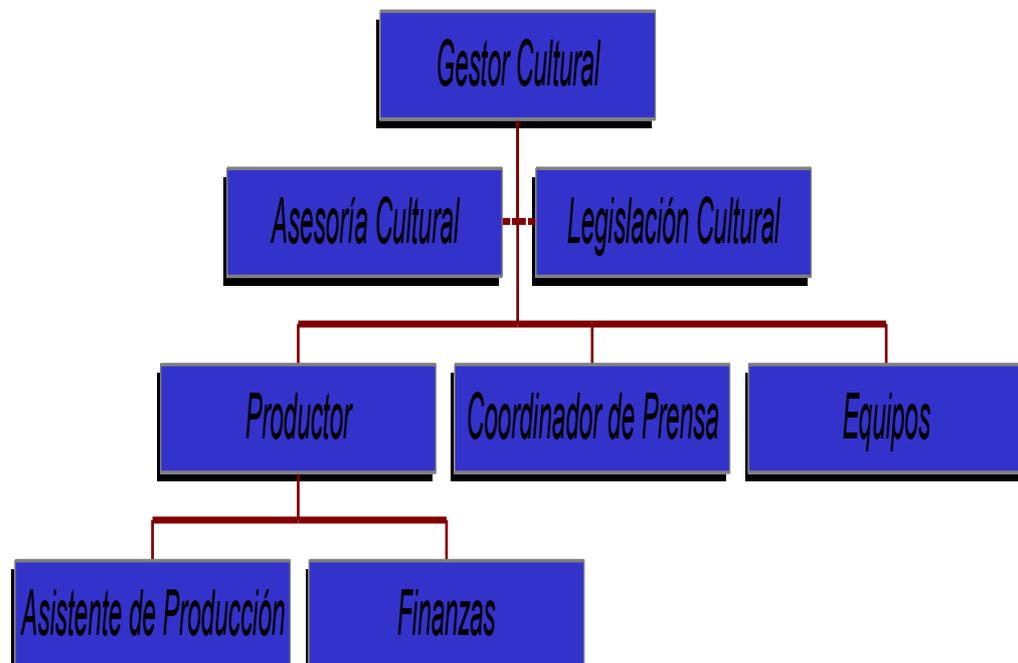
- A) **Gestores Culturales:** son los responsables principales del proyecto y la producción de la actividad.
- B) **Productor:** su función es conducir, administrar y supervisar el contenido de la producción, como asimismo se encargará del trabajo en terreno y de coordinar las diferentes acciones de la actividad, ya sea en su preparación, realización y finalización del evento.
- C) **Encargado de Finanzas:** es aquel que maneja los dineros mediante el presupuesto y el flujo de caja, según los recursos necesarios para la implementación del proyecto.
- D) **Asistente de Producción:** depende del productor, teniendo a su cargo múltiples y diferentes funciones, ya sean planificadas o requeridas en el momento.
- E) **Asesor Cultural - Musical:** responsable de entregar información, conocimientos y datos con respecto al actual mercado artístico.
- F) **Coordinador de Difusión y/o Prensa:** es el encargado de formular, diseñar y desarrollar el Plan de Difusión y/o Campaña de Prensa del proyecto.

G) **Legislación Cultural:** encargado de asesorar e informar sobre las materias correspondientes en el ámbito judicial.

H) **Equipos - Comisiones:** son equipos por áreas y temas específicos de producción que requieren de un trabajo más detallado (seguridad, montaje, transporte, alojamiento, entre otros).

De esta manera, presentamos el siguiente organigrama según la verticalidad de funciones de cada área de trabajo:

9.1 Organigrama :



9.2 Carta Gantt

Para conseguir una mejor y perfecta coordinación y organización del evento cultural, presentamos el siguiente cronograma de actividades que realizará el equipo de trabajo:

Actividades	1 Mes	2 Mes	3 Mes	4 Mes	5 Mes	Responsables
1) Deter. Áreas de interés muestra	*					Gestores Culturales
2) Cotizaciones	*					Gestores C. / Finanzas
3) Def. locaciones y fechas	*					Gestores Culturales
4) Consultoría legal	*					Abogado
5) Búsqueda de Auspiciadores	*					Gestores Culturales
6) Convocar artistas		*	*			Director Artístico
7) Confirmar participación de los artistas			*			Director Artístico
8) Difusión comunicacional de la Muestra			*			Coordinador de Prensa
9) Implementar evento (Soportes Técnicos)			*			Productor General
10) Ensayos previos			*			Director Artístico
11) Realización de la Muestra				*		Gestores C. / Productor G.
12) Evaluación de Resultados					*	Todo el Equipo

9.3 Cuadro de Riesgos

Cuando se plantea un evento artístico, cualquiera sea su naturaleza, a realizar en algún lugar público no solamente se debe planificar el como, para quién, el cuándo o el porqué de ejecutarlo, tomando en cuenta las siguientes actividades y su coordinación respectiva. Sino, también, se debe considerar los problemas o situaciones inesperadas y los imprevistos que ocurran antes, durante y después de la función artística.

Debido a que nuestro proyecto cultural requiere de una alta exigencia de responsabilidad y de organización, tanto a nivel personal como profesional, para el cabal cumplimiento de los objetivos planteados se debe visualizar y atender algunos cuadros de riesgos que se puedan presentar.

Es decir, pueden surgir varias contrariedades en algún momento en la puesta en escena. De esta manera, se visualizan dos escenarios a tomar en cuenta.

En primer lugar, se pueden presentar incumplimientos de labores por parte del personal o Equipo de Trabajo y, a su vez, algunos problemas en los visitantes.

En segundo lugar, están los inconvenientes técnicos, donde puede fallar o dañarse algún equipo de sonido o amplificación. También, puede estropearse algún material visual o puede haber una falta en la entrega de materiales de producción, entre otras.

Por ende, el cuidado del suministro eléctrico es de vital importancia para el desarrollo del proyecto. Por lo cual, se puede resolver a través del respaldo de un equipo de energía de emergencia (generador) y, también, la antelación y revisión de cada elemento eléctrico a utilizar antes del evento, serían las principales medidas de protección para la ejecución del proyecto.

De esta manera, para obtener un correcto desempeño en cada tarea designada se debe fijar un sistema de supervisión, donde la prevención y el seguimiento a las actividades programadas, bajo un apoyo logístico, tienden a potencializar y jerarquizar la realización del evento cultural.

Finalmente, debido a un importante control de gestión y dinamismo a la hora de la asignación de las labores a programar, predominando la racionalidad frente a la emotividad, se determina por una nivelación más activa para las propuestas, acciones y soluciones viables dentro de nuestro proyecto.

En este sentido, la efectividad de una actividad específica en nuestro proyecto cultural se estimará bajo la base de un trabajo en equipo y, principalmente, sostenido en un sano y verdadero ambiente de trabajo.

10.- Estrategia de Marketing

Para dicho proyecto, hemos definido solamente un mercado objetivo. Es decir, es el Público Escolar, estudiantes entre 6 y 18 años de edad que estén cursando tanto en la Educación Básica y Media.

Por ende, abarcaremos a los potenciales Colegios de la Región Metropolitana, lo que implica directamente que nuestra propuesta esta centrada en ser un evento masivo y participativo para la comunidad.

En este sentido, se desea acercar –en especial mención- a los más jóvenes a dicha expresión sonora, como también, significa que la propuesta este disponible y en instancia de enseñar a todo el público en general.

Son muchas las variables que influyen en la difusión de un proyecto cultural, siendo un elemento fundamental los medios de comunicación y la publicidad para que se informe de nuestro proyecto y en caso que lo requiera asistan a este el mayor número de espectadores posibles.

Por esto, es importante definir un Equipo de Difusión, para que diseñe y ejecute una estrategia publicitaria de nuestro proyecto para que haga llegar nuestro mensaje de la mejor forma a los grupos objetivos que hemos definido.

De esta manera, el Plan de Difusión –que contará con un período de cuatro semanas consecutivas de promoción hasta el día del evento- se desarrollará en un plan comunicacional de cuatro frentes para poder coordinar las numerosas acciones conjuntas en diversos escenarios de acción.

Así, se permitirá sumar fuerzas a nuestro mensaje, intentando generar un lenguaje común en estos escenarios y, por ende, en la recepción del público, con el objeto de reconocernos en el constante flujo informativo al que estamos expuestos.

En primer lugar, nos apoya en esta gestión "El Portal de la Actualización Docente" donde la autoridad correspondiente realizará la intermediación con los colegios interesados en visitar nuestra "Exposición Sonora".

Por consiguiente, aquellas instituciones secundarias –que son nuestro principal mercado- podrán obtener, a través de un sitio web correspondiente al proyecto, toda la información necesaria tanto de la inscripción como de la programación de la muestra.

A su vez, se entregarán a los colegios inscritos, anticipadamente, pautas de trabajo educativo o materiales gráficos.

De este modo, con dichas acciones de relación se puede generar efectos muy positivos e información con respecto a la credibilidad de dicha propuesta.

En segundo lugar, se realizará, por medio de un canje comunicacional, una difusión de publicidad en el Metro de Santiago, especialmente en todas aquellas principales estaciones de líneas del Metro en Santiago. Es decir, en espacios reconocidos y concurridos por nuestros públicos.

Por ello, nuestro mensaje central será claro, informado, acertado y atractivo a quienes queremos comunicar dicho evento artístico.

Para publicitar o dar a conocer nuestro proyecto se determinará varios puntos que son de permanente interacción, como por ejemplo la Estación Baquedano; la Estación Tobalaba; la Estación Plaza Egaña; la Estación Los Héroes, como también, los Colegios; las Universidades e Institutos Profesionales y, a su vez, todos aquellos importantes centros culturales existentes en Santiago.

En dichos áreas de interés, se repartirán un número importante entre Dípticos o Trípticos; Volantes; Afiches, entre otros. Con los cuales, con un determinado diseño -es decir tamaño, imágenes, tipografía, color y papel que vaya de acuerdo a nuestro público objetivo- se difundirá el concepto creativo de la muestra, tomando en cuenta el nombre de la actividad, el slogan, la fecha, entre otros.

De esta manera, la publicidad que se ocupará es y será una instrumento necesario y visiblemente de gran influencia hacia nuestros públicos objetivos.

En tercer lugar, esta el contacto y la difusión, a través de un canje comunicacional, con los principales medios de comunicación social. Con estas instancias de comunicación nos permitirán hacer llegar nuestro mensaje en forma masiva y directa.

En el caso de la Radios como FM HIT, Rock & Pop, Beethoven, entre otras, el aviso radial de aproximadamente de un minuto será apelando a un conocido rostro del mundo de la música clásica: Fernando Rozas, Director de Orquesta, cuyo trabajo y conocimiento en la música clásica reviste una credibilidad en los públicos.

Para este caso, es el siguiente Texto Aviso Radial:

Fernando Rozas: *“ Hoy es un día muy especial para la Música Clásica. Desde hoy los invito a conocer y disfrutar con su familia de **“Una Exposición con Sonido”**. Vengan a la Estación del Metro de Quinta Normal, porque tendrán una oportunidad única y especial para aprender sobre el mundo de la Música Clásica”*.

Para el caso de los Diarios, como El Mercurio y las Revistas Juveniles y Especializadas se realizará un avisaje publicitario de ¼ de página a color de Lunes a Domingo, específicamente en la sección de Cultura con las siguientes características:

- i. Letra Futura.
- ii. Tamaño 100.
- iii. Escala de colores grises.
- iv. Fondo Azul claro.

En este aviso se mostrará de fondo a la Estación de Metro de Quinta Normal junto a Fernando Rozas extendiendo una mano, invitando al público para entrar en la exposición sonora. En medio, estará el Slogan junto a la información de la fecha, horario, lugar, precio y los auspiciadores y patrocinadores correspondientes.

Finalmente, para la Televisión se transmitirá un comercial de 2 minutos aproximadamente, donde se mostrará de fondo la Estación de Metro de la Quinta Normal con los cuatro módulos y sus respectivas obras de cámara y Fernando Rozas invitando al espectador a entrar en la exposición sonora.

En este caso, sería el siguiente Guión Literario - Televisivo:

Se muestra cuatro planos diferentes con los respectivos módulos. Aparece Fernando Rozas invitando al espectador a la Estación Mapocho. En cada módulo se muestra la época representada, dándole al espectador una idea general de la exposición.

De este modo, el poder generar un contacto con los medios de comunicación genera una instancia real de acercamiento y se otorga una imagen particularmente educativa y entretenida de la muestra para la familia. También, otra forma de llegar a los medios será a través de los Comunicados de Prensa, que son cartas con la mayor cantidad de datos informativos sobre la muestra cultural. Es decir, es información escrita donde se determina el lugar, la fecha y la hora en que se va a realizar el evento.

En este sentido, difundir en los medios periodísticos y específicamente a través de un portal de Internet, donde se entrega información e imágenes virtuales, serán una herramienta útil al momento de fortalecer o intensificar nuestra propuesta, pues estamos abarcando más y mejor a nuestros posibles receptores finales.

En el cuarto lugar, finalmente, se realizará una Conferencia de Prensa, donde se reunirá, citada por los organizadores de la actividad, a la mayor cantidad de periodistas especializados de los distintos medios de comunicación y entregarles información y datos necesarios sobre nuestra propuesta cultural.

Por ende, dicho encuentro con la prensa deberá contar con una cuota de originalidad, que permita crear cierta expectativa de lo que va a suceder.

10.1 Campaña Publicitaria

Por consiguiente, dado el plan comunicación expuesto se creará una campaña de difusión bajo las siguientes premisas:

a. **Tipo de Campaña:**

Lanzamiento: **“Exposición Sonora”** en Santiago.

b. **Rol de la Publicidad y Objetivo de la Campaña:**

Se espera que el papel del Público Objetivo se sientan estimulados por la comunicación publicitaria expuesta.

Así, los objetivos de la campaña son:

- 1) los visitantes se identifiquen con la muestra sonora.
- 2) introducir la propuesta en el mercado local cultural informando de sus beneficios artísticos y educativos para la comunidad, con el fin último de posicionarla dentro del mercado artístico, de tal manera, de promover una masiva visita al lugar.

c. **Concepto Creativo:**

El concepto que define la “Exposición Sonora” se basa en que -hasta la fecha- es un evento “Inédito” en Santiago. Junto a esto, es innovador por su presentación y su estrecha vinculación con el mundo de la Música Clásica.

d. **Slogan:**

El Slogan es:

“ Una Exposición con Sonido”

11.- Aspectos Legales

Dentro de los aspectos legales que debemos tomar en cuenta para poder producir nuestra propuesta cultural lo desprendemos en cuatro puntos.

Primero, para obtener un cabal funcionamiento legal del nombre de la propuesta artística y la ejecución de esta dentro del quehacer cultural nacional se debe patentar el proyecto, es decir, tiene que realizarse una inscripción inmediata en el registro de Propiedad Intelectual para futuros inconvenientes y usos no permitidos en otras situaciones culturales.

Segundo, es necesario la creación de una empresa cultural que avale y desarrolle nuestra misión y objetivos a cumplir dentro del actual mercado cultural. Dicha empresa, bajo la organización de dos personas, para su buen funcionamiento se debe tener tres requisitos básicos: obtener una patente municipal, la declaración de iniciación de actividades correspondiente y las gestiones a realizar ante Impuestos Internos.

Por consiguiente, nuestra empresa de gestión cultural organiza bajo la forma de una Sociedad comercial, en donde la Razón Social será ***“JEMA Importadora Limitada”***.

Nuestra empresa, denomina y conformada por un equipo multidisciplinario, esta dedicada a la gestión, dirección y producción de eventos culturales con la suma intención de mostrar con las más variadas expresiones artísticas musicales, un nuevo horizonte de observación y conocimiento en nuestro público, en especial en los jóvenes y niños.

Nuestra misión consiste en organizar en Chile exposiciones y eventos artísticos de interés masivo, especialmente muestras de valor histórico y cultural musical.

Tercero, esta presente el beneficio directo de la Ley de Donaciones Culturales (Ley 18.985). Es decir, esta ley, más conocida como *“Ley Valdés”*, es un mecanismo legal que estimula la intervención privada (empresas o personas) en el financiamiento de proyectos artísticos y culturales.

Por ende, específicamente apunta a poner a disposición de la cultura nuevas fuentes de financiamiento y se encamina a asegurar un acceso regulado y equitativo a las mismas, para beneficiar a la más amplia gama de disciplinas, actividades, bienes y proyectos artísticos.

De esta manera, las empresas que financien nuestro proyecto pueden optar a los beneficios de la Ley de Donaciones Culturales, por ende, es el principal incentivo tributario que existe en Chile para que los empresarios privados o profesionales entreguen donaciones a artistas, productores y otros agentes de la cultura, obteniendo a cambio una franquicia tributaria, que pueden descontar en forma anual de su Impuesto a la Renta.

Cuarto, finalmente, se debe tomar en consideración los derechos de autor de cada obra protegida que serán interpretadas por un conjunto de cámaras. Esto implica directamente que toda persona natural tiene derecho a la protección de los intereses y materiales que le correspondan por razón de las producciones artísticas musicales.

De acuerdo, a la Ley de Propiedad Intelectual Chilena (Ley 17.336), en su artículo número uno se dispone de que en la presente ley se protege los derechos, por el sólo hecho de la creación de la obra, adquieren el autor de la inteligencia en los dominios artísticos, cualquiera sea su forma de expresión, y a su vez, adquiere todos los derechos conexos que ella determina.

Sin embargo, considerando que las obras musicales de las tres primeras épocas (Barroco, Clásico y Romántico) –que serán presentadas en vivo- son pertenecientes al Patrimonio Cultural Común, dado la finalización del plazo de la protección del derecho de autor, dichas obras no se adjudican a la protección automática que los ampara en dicha ley, sino que pertenecen al dominio público.

En cambio, para la ejecución de las composiciones musicales de la época Contemporánea, dado el actual plazo de protección de derecho de autor, es necesario recurrir al compositor correspondiente y pedir una autorización legal de cesión de derechos. Por ende, la Ley de Propiedad Intelectual protege la obra intelectual y su autor legítimo.

12.- Aspectos Estratégicos

12. 1 Alianza Cultural

Cuando se realizan alianzas estratégicas sociales entre agentes del ámbito cultural, es decir, entre corporaciones culturales, productores o agrupaciones artísticas, la información es uno de los elementos fundamentales para el desarrollo de políticas estables en la cultura y la toma de decisiones de los encargados que hacen parte de ella.

En este sentido, una asociación entre estos intermediarios beneficia la conformación de sistemas de información e intercambio, donde la medición económica, las proyecciones artísticas, los objetivos y la fundamentación de las actividades culturales implica la generación de utilizar correctamente los recursos económicos y técnicos, permitiendo un mayor conocimiento y profundización de estos lazos.

12.2 Alianza Comunicacional

Una realidad es cierta, tanto para el producción como para el consumo de Arte, cualquiera sea su naturaleza, cada día se hace más necesario el acercamiento, la cooperación y la proliferación con los Medios de Comunicación.

De esta manera, la profesionalización de la difusión de los proyectos artísticos, ya sean privados o públicos, hacia la opinión pública son una muestra de cómo el uso estratégico adecuado de la comunicación es vital para el posicionamiento de la cultura en el imaginario local.

En otras palabras, la planificación creativa en el desarrollo de campañas de difusión, sumado a un conocimiento de los medios y al uso conveniente de la tecnología, hacen de la divulgación del Arte una experiencia exitosa y rentable.

Por ello, por ejemplo la aparición de CD con la música de las películas, los sitios Web con información y concursos, y los documentales y las sinopsis de alto impacto comunicacional, entre otros, son en partes una muestra de la profesionalización y oficio para difundir periódicamente nuestra industria cultural a un público, que cada día que pasa, es más exigente y demandante en el consumo de productos y servicios.

12.3 Plan Auspiciadores y Patrocinadores

Como sabemos, las empresas nacionales e internacionales requieren de un buen entendimiento con la sociedad no sólo en términos de producción de bienes y servicios sino, también, como una experiencia de vida social con un aprendizaje comunitario, como espacio de resolución de conflictos y, principalmente, de responsabilidad empresarial.

Las corporaciones empresariales, por estos días, al verse envueltas dentro de la sociedad, hace resaltar a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es decir, se define como un método innovador para aprovechar las nuevas oportunidades de negociación y cooperación que deben darse entre el sector empresarial, el Estado y las organizaciones de la Sociedad Civil para alcanzar mejores índices de desarrollo humano y al mismo tiempo la sustentabilidad de las propias empresas.

De esta forma, reflexionar sobre el vínculo entre desarrollo humano y responsabilidad social, dentro del contexto de la RSE, permite diseñar acciones concertadas para generar potencialidades y oportunidades para las personas.

Por ende, una alianza estratégica entre una determinada empresa y proyecto artístico, cualquiera que sea su naturaleza, ofrece la oportunidad para un nuevo marco de asociación integral entre los diversos actores involucrados, donde la RSE permite ser un nexo para alcanzar una sociedad más sustentable a largo plazo.

ANEXOS

Registro de Propiedad Intelectual

Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos
Departamento de Derechos Intelectuales
R.U.T.: 60.905.000-4

Comprobante de Ingreso a Caja

N° 087037

Recibí de Don(a) Jorge Espinoza Flores - Gastón Rafael Aguirre Alvarez Santiago, 18 de OCOTUBRE de 200

La Cantidad de 500 mil ochocientos pesos

Por pago con cargo:

Registro Propiedad Intelectual

Inscripción N° 158492

"Exposición Sonora"

Milán Graf

Obras Generales <u>Tesis</u>	\$ <u>3.200.-</u>
Obras Audiovisuales	\$ _____
Proyectos de Ingeniería de Arquitectura y	\$ _____
Programas de Computación	\$ _____
Total	\$ <u>3.200.-</u>

Registro Propiedad Intelectual • Santiago de Chile • San Isidro N° 247 - Piso 2 • Fono: 222 2663 • Fax: (562) 635 2268

Carta de Autorización

U N A V E N T A N A A B I E R T A A L A C U L T U R A U R B A N A



Santiago, 31 de enero de 2007.

Señor
Jorge Espinoza Flores
Músico
Proyecto "Exposición Sonora"
PRESENTE

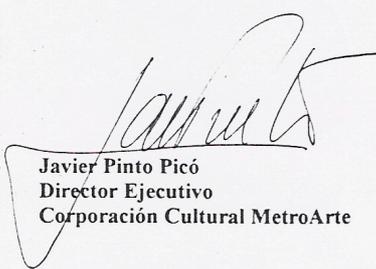
De mi consideración:

Tengo a bien comunicarle que la Corporación Cultural MetroArte ha decidido patrocinar el Proyecto audiovisual "Exposición Sonora" del músico Jorge Espinoza y el periodista Gustavo Aguirre, el que se difundiría en la Sala Pablo Neruda de la Estación Quinta Normal.

Estamos seguros que la realización de esta iniciativa fomentará la valoración de la música, especialmente en la población escolar.

De obtener los beneficios del Fondart 2007, esta iniciativa contará con la difusión que nuestra Corporación y Metro de Santiago cuentan a la fecha de su exposición pública.

Deseándoles suerte en sus gestiones, le saluda atentamente:



Javier Pinto Picó
Director Ejecutivo
Corporación Cultural MetroArte

Cartas de Recomendación

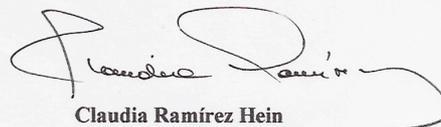
Santiago, marzo de 2006

De mi consideración:

Ante la falta de conocimientos histórico-musicales que hoy impera en nuestro país, y la poca masividad de la música docta en sí, el proyecto cultural "*Exposición Sonora*" es un buen aporte al mundo cultural de Chile, dado que abarca tanto los aspectos educativos, como el de entretenimiento.

Es por ello que, según mi opinión, la propuesta presentada es una iniciativa que congregará el interés ciudadano a través de presentaciones en vivo –que permitirá el acceso de personas que difícilmente asisten a una sala- y que, mediante ello, materializará el inicio de una educación cultural que no sólo se limita al ámbito musical, sino que da cuenta de los diversos procesos históricos.

Sin otro particular, se despide atentamente



Claudia Ramírez Hein
Periodista y directora del
Círculo de Críticos de Arte de Chile



Santiago, 11 de abril 2006

Señores:
Gustavo Aguirre
Jorge Espinoza Flores
P r e s e n t e

Con la mayor consideración :

Les saludo atentamente y, conforme lo solicitado, doy mi opinión sobre el proyecto **“EXPOSICION SONORA “**, de vuestra creación.

El proyecto está presentado en forma clara, precisa, en lenguaje de forma y estilo adecuado, con sus partes y componentes que permiten apreciar la idea de sus autores, su impacto y cobertura, las bases de su ejecución, los recursos y sus costos.

El tema de acercar a las personas a una apreciación musical tal como lo plantean, tiene una base de claro contenido educativo, didáctico, para un nivel básico de conocimientos, a modo de introducción al mundo del arte y la música en particular, recomendable por tanto, para estudiantes y público general .

Por su novedoso aporte al enriquecimiento cultural de las personas, el proyecto **“EXPOSICION SONORA”** es merecedor del apoyo necesario a su plena ejecución.

Atentamente,

Raúl Trujillo Devia
Gestor Cultural
Gerencia de Recursos Humanos
Grupo Santander

cc.- Archivo

Miraflores 222, Entrepiso, fono : 3201716, fax 3201733, correo: rtrujill@santandersantiago.cl

Bibliografía

- 1.- “ La Música Contemporánea” N° 22. Ediciones Salvat, España 1973.
- 2.- “ Historia de la Música “ Volumen I - II. Ediciones Codex, España 1970.
- 3.- “ Historia del Siglo XX ” Eric Hobsbawm. Ediciones Serie Mayor, España 1995.
- 4.- Enciclopedia Salvat, Tomos I – IO. Ediciones Salvat, España 1975.
- 5.- Enciclopedia Grobe, Tomos I – IO. Ediciones Grobe, España 1980.
- 6.- “La Antología Sonora: el Barroco” Volumen II. Juan Kowalski. 1975.
- 7.- “La Antología Sonora: el Clásico” Volumen III. Juan Kowalski. 1975.
- 8.- “La Antología Sonora: el Romanticismo” Volumen IV. Juan Kowalski. 1975.
- 9.- “ Historia de los Grandes Compositores Clásicos” Tomos I – IO. Ediciones Orbis, España 1990.

Sitios Web:

- 1.- Revista Musical Chilena: www.scielo.cl
- 2.- Universidad de Chile: www.uchile.cl
- 3.- Revista de Música Clásica: www.clasicayopera.cl
- 4.- Revista de Música Chilena: www.musicapopular.cl
- 5.- Revista del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes:
www.consejodelacultura.cl
- 6.- Diarios: - www.emol.cl
- www.latercera.cl
- 7.- Radio: - www.beethovenfm.cl