



FACULTAD DE ARTES
UNIVERSIDAD DE CHILE

UNIVERSIDAD DE CHILE
FACULTAD DE ARTES
ESCUELA DE POSTGRADO

**MODELO PARA LA PRODUCCIÓN DE FESTIVALES MUSICALES EN EL SECTOR
PÚBLICO DE CHILE**

Actividad de Formación Equivalente, para optar al grado de Magíster en Gestión Cultural

Estudiante: RAFAEL IGNACIO GIULIO BRAVO CID

PROFESOR GUÍA: GABRIEL MATTHEY CORREA

CO-GUÍA: MARÍA INÉS VALDIVIA TYER

SANTIAGO, Chile

MARZO 2018

AGRADECIMIENTOS

Terminar este magister ha sido un cierre de una etapa. Una etapa muy bella de viajes por Chile, de mucha música y de una gran compañía de una tremenda compañera y esposa.

Gracias a cada personaje músico y productor que me ha tocado conocer desde Arica a Magallanes, incluyendo la Isla de Pascua, a Escuelas de Rock y Música Popular, por permitirme volar y aprender en cada viaje aventura y locura que hemos emprendido. A mi profesora por ser la persona precisa para lograr que esto se concretara y, por último, a la música porque sin ella nada, absolutamente nada de esto hubiera sido posible. Desde el fondo de mi ser a todos ustedes.

Gracias Totales

RESUMEN EJECUTIVO

Las políticas culturales, dado que son relativamente nuevas en nuestro país en relación a otras políticas de Estado, no poseen modelos de gestión establecidos por área de intervención como es el caso sectores como el de la educación o la vivienda. A través de los años estos sectores han configurado modelos reconocibles, consolidados y regulados, que han permitido la organización y ejecución eficiente de los proyectos adscritos a dar cumplimiento a las iniciativas trazadas como parte de las acciones que configuran las políticas que los rigen. Desde esta perspectiva, es posible considerar como una desventaja para la gestión cultural el escaso desarrollo de conocimiento en el área, evidenciando una necesaria reflexión sobre si el sector cultural debe y puede aspirar a confeccionar modelos especializados, entendiendo que una política en materia cultural no puede implementarse sino es a través de metodologías sujetas a variables en constante cambio. El sector de la música es un claro ejemplo de lo antes descrito. Actualmente a nivel nacional se requiere la existencia de modelos de gestión que promuevan la implementación de las iniciativas de manera eficiente, eficaz, que a su vez integren el dinamismo provisto por los cambios inherentes al desarrollo y evolución tanto en las identidades locales como en las normativas que los regulan. Teniendo esto por consideración central, es que el presente proyecto pretende proponer un modelo de gestión para la producción de festivales de música en el espacio público en Chile, estableciendo como ejes estratégicos para su formulación e implementación los factores territoriales asociados al acceso a recursos y de integración de actores locales, adaptándose a las regulaciones específicas según sea el caso, enfocado a gestores culturales que trabajen en el área de producción tomando siempre en consideración el pujante momento cultural que atraviesa Latinoamérica y Chile particularmente

INDICE

INDICE	4
CAPITULO 1: INTRODUCCIÓN	6
CAPÍTULO 2: FUNDAMENTACIÓN	9
2.1 Antecedentes generales	9
2.2 La industria musical	12
2.3 Festivales de música en Sudamérica	14
2.4 La industria musical en Chile	17
2.5 Música en vivo en Chile	19
2.6 Festivales Públicos	22
CAPÍTULO 3: MARCO CONCEPTUAL	23
3.1 Plan	23
3.2 Programa	23
3.3 Proyecto	23
3.4 Modelo	24
3.5 Eventos culturales aplicados a la música	24
3.6 Festival	24
3.7 Públicos y Audiencias	28
3.8 Géneros musicales	29
3.9 Evolucion del Campo normativo para el desarrollo musical	30
CAPITULO 4: OBJETIVOS	33
4.1 OBJETIVO GENERAL	33
4.2 OBJETIVO ESPECIFICOS	33
CAPÍTULO 5: MODELO DE GESTIÓN DE FESTIVALES DE MÚSICA EN ESPACIOS PÚBLICOS	34
5.1 Introducción	34
5.1 Modelo para la producción de Festivales musicales en el sector Público	35
5.2 Territorio	36
5.2.1 Análisis del Territorio	36
5.2.2 Institucionalidad	41
5.2.3 Gestión legal y permisos	46
5.2.4 Planificación y programación	50
5.3 Públicos	55

5.3.1 Públicos y audiencias en conciertos en Chile	55
5.3.2 Identificación de destinatarios en el territorio	57
5.4 Concepto	60
5.4.1 Concepto de la intervención	60
5.4.2 Comunicación	64
5.5 Producción	66
5.5.1 El proceso de y la producción	66
5.5.2 Equipo de producción	70
5.5.3 Requerimientos técnicos de Infraestructura	82
5.5.4 Presupuesto y control financiero	84
CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS	85
BIBLIOGRAFÍA	88
Libros	88

INTRODUCCIÓN

La historia de los conciertos masivos en Chile es reciente. En 1989, Rod Stewart inauguraba la era de las mega producciones en el Estadio Nacional. Chile venía saliendo del denominado *apagón cultural* (FRITZ, 2013), época en que disminuyó considerablemente la influencia del Estado en la producción cultural generando una escasez de actividades artísticas y culturales, lo que implicó un retraso en la implementación de políticas y modelos en este ámbito realizado en esa época.

La aparición de esos conciertos masivos no sólo significó una oportunidad de acceso a experiencias culturales internacionales, sino que también fue vista como una oportunidad de avance en relación a los países vecinos como Argentina y Brasil, quienes desde 1981 comenzaban a realizar conciertos en estadios (nueve años antes que en Chile), siempre desde una óptica privada. Esta situación que se sostendría durante la década de los 90.

Una vez iniciados los 2000, junto a la promulgación de la Ley del CNCA el año 2003, se dio origen a una serie de acciones, programas y regulaciones en el sector público vinculado a la cultura. Es así como comienzan a surgir festivales y conciertos con financiamiento a través de los Fondos concursables y programas públicos, lo que trajo consigo un aumento sustancial del público participante en las manifestaciones artístico-culturales. Añadiendo que en el año 2009 “Un 29,3% de la población asistió a conciertos y un 23,5% a danza” (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2009, pág. 13) cifras establecidas conforme a la variación porcentual de asistencia entre 2005 y 2009.

Paralelamente, durante la primera década del 2000, Chile entra de lleno en el circuito internacional de conciertos, conllevando la normalización e instalación de mega conciertos y producciones internacionales en nuestro país. Este escenario generó un desarrollo técnico en el ámbito de la producción de conciertos, desencadenando en Chile la instalación de festivales internacionales, tales como “Maquinaria” y “Lollapalooza”.

El Estado, consciente de este cambio, comienza a fomentar la producción de festivales nacionales y regionales con financiamiento público. Ejemplo de esto son el Día de la Música, el Festival “Rockodromo” de Valparaíso y el festival REC de Concepción. Estos basaron su implementación en una adaptación del modelo privado en el sector público, reportando cifras en sus últimas versiones (2018) de 35 mil personas y alrededor de 75 mil personas respectivamente. Los festivales definidos como un espacio de manifestación artística, representan además una instancia de acceso y participación de la ciudadanía, constituyéndose en un factor clave de desarrollo cultural. Actualmente, a pesar de su relevancia e importancia, existen complejidades en el modelo de gestión o de producción a la hora de la realización de un festival público. El área de producción habitualmente se deja como una fase de ejecución que no determina la concreción exitosa del proyecto. En este sentido, el gestor cultural se ve enfrentado a la tarea de hacer realidad el proyecto con condiciones adversas considerando que hasta hace muy poco la producción se percibía como un servicio externo y no como parte integral de la gestión cultural.

Esta nueva visión de gestión en cultura pretende hacerse cargo de distintos desafíos que hasta hoy no han tenido una respuesta adecuada, frente a los cuales es necesario dar un paso en el campo de los eventos culturales, considerando el caso de los eventos musicales que tienen un impacto considerable y transversal. Evidencia de lo anterior es lo que se señala en el informe anual de estadísticas culturales del año 2016 (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes-Instituto Nacional de Estadísticas, 2017, pág. 205), donde se fija en 3.253.846 el número de asistentes a espectáculos musicales gratuitos y con costo. Dicho informe estadístico enfatiza la necesidad de contar con modelos que fomenten la implementación y producción de iniciativas organizadas por el sector público, de una forma eficiente de acuerdo con el contexto cultural del territorio chileno.

Este proyecto busca integrar la propuesta de un modelo para la producción de festivales musicales públicos, el cual está enfocado en gestores culturales que deben implementar planes de producción en este ámbito. Hincapié se debe hacer en la importancia de estos festivales los factores de integración y presupuestarios, adaptándose a las necesidades actuales de la gestión cultural. Por ende, en una primera parte se presentará la fundamentación adscrita a abordar las externalidades de los modelos de gestión y el devenir histórico de los festivales de música realizados en espacios públicos, donde se incluyen antecedentes históricos de los festivales en Chile, ya sea en el marco normativo e industria musical, integrando un breve resumen del escenario local en estrecha relación con la implementación de políticas públicas en el campo de la música a nivel nacional, situación que ha dado pie a la proliferación de encuentros, conciertos y festivales pagados, enfatizando sus falencias y la necesidad de contar con un modelo como el que se propone. Este está enfocado a gestores culturales que trabajan o se encuentren enfrentados al ya mencionado ámbito de la producción.

La segunda parte de este trabajo abordará conceptos claves para la comprensión del modelo que se propone. La tercera, los objetivos que serán los parámetros para la formulación y propuesta del modelo. Finalmente, en la cuarta parte se presentará la metodología, a través de la sistematización de herramientas utilizadas para los efectos, así como la planificación y organización de los diversos modelos existentes generando una nueva propuesta. En síntesis, las medidas presentes en este modelo pretenden configurar las bases de acciones futuras para la institucionalidad cultural, la cual debe generar encuentros masivos de manera organizada y sostenible.

CAPÍTULO 2: FUNDAMENTACIÓN

2.1 Antecedentes generales

Este proyecto tiene como objetivo final generar una propuesta de tipo metodológica para llevar a cabo festivales musicales producidos por organizaciones del sector público, abarcando todos los ámbitos que involucran la ejecución eficiente y eficaz que implica un evento de esta naturaleza.

En la actualidad, el panorama de los encuentros y conciertos masivos (especialmente de música en Chile) ha proliferado de acuerdo a cifras de información de la Asociación Gremial de Empresas Productoras de Entretenimiento y Cultura, proporcionadas el 2016. Durante ese año “199 recitales (nueve más que en 2015) atrajo a más de un millón ochocientos mil espectadores tomando en cuenta los espectáculos con venta de entrada.”. (EMOL, 2016) Con ello el festival Lollapalooza quedó como el de mayor convocatoria, con ciento cuarenta mil asistentes, desglosado en setenta mil personas por jornada.

En nuestra realidad nacional, respecto a los conciertos masivos, en comparación con otras áreas de consumo artístico-cultural, “Solo es superada por el cine, y se adelanta por un largo trecho a la convocatoria que consigue el teatro, la danza y el circo” (García, 2011).

El incremento y desarrollo de festivales masivos no sólo responde al desarrollo económico y utilidades que genera, sino también representa una instancia privilegiada al momento de exponer nuevos referentes y artistas en la escena musical. Teniendo una contundente proliferación de estilos y opciones en el ámbito musical. Sin embargo, pese a tener todo a su favor, este proceso no se encuentra exento de falencias estructurales que impiden que hablemos de un sector equitativo, fructífero, sustentable y de crecimiento sostenido en el tiempo.

En los últimos 10 años se percibe un aumento de 80,6% de las funciones de espectáculos culturales realizados en el país, mientras los asistentes a estas áreas crecieron en el mismo periodo un 71,3% (CNCA, 2014, pág. 10). A lo anterior se suma el significativo aumento de infraestructura cultural, "150 espacios para las artes que han iniciado su andar o han sido remodelados y/o refaccionados en los últimos años considerando teatros, centros culturales y casas de la cultura de titularidad pública" (CNCA, 2014, pág. 11). A esto debemos sumar el aporte del programa de centros culturales del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, creado bajo la administración de la Presidenta Michelle Bachelet en su primer periodo. Según declaraciones: "destinó sus esfuerzos a dotar de centro culturales a 49 comunas del país, las cuales contarán con una población de más de 50.000 habitantes." (CNCA, 2014, pág. 11) Se trata de iniciativas acompañadas de importantes esfuerzos llevados a cabo por diversas administraciones comunales y municipios, quienes autónomamente han construido y habilitado distintos espacios para la cultura.

Teniendo en consideración el impacto positivo que esto conlleva en la comunidad, ya sea en directa y específica relación con el surgimiento de nuevos espacios para la realización de festivales musicales, se hace imprescindible contar con modelos que faciliten la implementación y producción de encuentros públicos de una manera más eficiente y, a su vez, pertinente en cada territorio de Chile. Entendiendo las reales necesidades a nivel técnico, social y cultural de la población, generando encuentros significativos en función del territorio donde se llevan a cabo, respetuosos con el acervo cultural y que a su vez sean un aporte tangible en la integración de las comunidades.

Para el desarrollo metodológico de este modelo de gestión, se tomará en consideración los modelos vigentes de diseño y evaluación de proyectos culturales, como también la producción y gestión de Festivales de orden privado. Estos últimos son los que adquieren mayor masividad en la actualidad en Chile, siendo de este modo modelos de referencia para poder confeccionar una propuesta estandarizada, que se pueda ajustar a las diversas realidades de carácter público.

Entendiendo las dimensiones en cuanto a su complejidad técnica, prácticamente resultan muy difíciles de ser traspasadas a las plataformas establecidas por parte de las entidades públicas, siendo en este punto de inflexión uno de los criterios a abordar, para proyectar festivales públicos con la misma calidad y estándares, acordes a las condiciones reales y necesidades de cada lugar.

La propuesta a grandes rasgos busca ser un manual de apoyo para todos los profesionales de la cultura que quieran realizar un evento de esta naturaleza, promoviendo la profesionalización en el área, con ello, la eficiencia de los procesos involucrados, maximizando los recursos para alcanzar los objetivos proyectados. Además, la idea es generar a su vez un precedente que pueda posicionar estas prácticas en los debates de los futuros lineamientos y decisiones políticas que tengan directa relación con la cultura y su quehacer.

2.2 La industria musical

La música es una poderosa herramienta de construcción de la vida comunitaria de un país, contribuyendo con su ejercicio y disfrute al bienestar colectivo, a la cohesión social y a la generación de identidades de alcance local, regional y nacional, así como al desarrollo psicosocial y cognitivo de las personas.

Para comenzar se debe definir lo que se entiende por industria cultural: según Ramón (Zallo, 1988) *“un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizado por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo con una función de reproducción ideológica y social”*.

La industria musical en su conjunto, incluye toda la cadena, desde la creación hasta la ejecución, además de la explotación de la propiedad intelectual musical. Para entender la industria de la música se debe identificar que no existe tan solo una industria musical, sino que puede ser subdividida en categorías. Compositores y letristas crean canciones, letras y arreglos que se interpretan en directo sobre el escenario, se graban y distribuyen a los consumidores o se licencian para cualquier otro tipo de uso, por ejemplo, la venta de partituras o como música de fondo para otros medios (publicidad, televisión, etcétera). La industria musical moderna occidental emergió entre 1930 y 1950, cuando las grabaciones remplazaron las partituras como el producto más importante en el negocio de la música. En el mundo comercial, *“La industria discográfica”*, como referencia a la grabación de canciones, piezas y la venta de discos, las cuales empezaron a ser usadas como un libre sinónimo para *“La industria musical”*. Esto ha dado lugar a tres industrias musicales centrales: la discográfica, centrada en la grabación de música y su distribución a los consumidores; en segundo lugar la de las licencias musicales, sobre todo concede licencias a empresas para la explotación de composiciones y arreglos. Y por último la música en vivo, centrada en producir y promocionar espectáculos en directo, como conciertos, giras, festivales, etc. Sobre esta última área se centrará la presente AFE, ya que es la que más tiempo le ha tomado ser asimilada en la gestión cultural, pues el área de producción siempre ha sido más relacionada con el ámbito privado técnico de los servicios y no como una dimensión de la gestión cultural.

Este ámbito de la música tiene la versatilidad de mezclarse y articularse con otras áreas aun de otros sectores artísticos para producir nuevas formas de espectáculos en vivo. La década del 2000, la mayoría del mercado musical fue controlado por tres marcas corporativas: la compañía francesa “Universal Music Group”, la compañía japonesa “Sony Music Entertainment” y la compañía estadounidense “Warner Music Group”. Las marcas, fuera de estas tres anteriores, son referidas como marcas independientes. La porción más grande del mercado musical en la actualidad es el vivo para conciertos y giras. En la primera década del año 2000, la industria musical sufrió cambios drásticos con la llegada de la distribución digital generalizada de la música vía internet (lo cual incluye tanto la distribución ilegal de canciones como la compra legal de música a través de tiendas musicales en línea). Un indicador llamativo de estos cambios es el total de ventas. Desde el 2000, las ventas de música grabada han descendido sustanciosamente mientras que las de música en vivo se han incrementado con mucha importancia. En el 2011, el comerciante más grande de música grabada en el mundo había pasado a ser una plataforma digital, a través de internet controlada por una compañía computarizada: Apple Inc.’s online iTunes Store. Actualmente la industria musical es un sistema complejo de muchas organizaciones diferentes, firmas y particulares. Ésta ha pasado por muchos cambios dramáticos en las primeras décadas del siglo XXI, no obstante, la mayoría de los participantes en la industria musical siguen cumpliendo sus roles tradicionales

2.3 Festivales de música en Sudamérica

En Sudamérica, los festivales de música internacional son recientes. Sus contextos históricos siempre han estado marcados por acontecimientos políticos y momentos de transición donde dichas manifestaciones han sido eje o bisagra para generar cambios culturales como precedentes en la zona. En febrero de 1981, Queen organizó una gira sudamericana que cambió las reglas del negocio del rock en la región, agendando conciertos en Argentina y Brasil, momento en que ambos países pasaban por durísimas dictaduras. Su desembarco en Argentina fue histórico: tres shows en Vélez, uno en Mar del Plata y otro en Rosario, en medio de la opresión de la dictadura, para después pasar a Brasil en sus estadios Maracanã (192.000 plazas) y Motumbi de São Paulo (150.000): “*Sudamérica y sus regímenes se abren al «rock dinosaurio»*”. (COSTA, 1981) Titulaba el diario el país de España el 10 de marzo de 1981. El concierto significó un despliegue en producción para la región inaudito, ya que no se contaba ni con la experiencia ni el personal, ni los equipos que provenían desde Tokio, donde acababa de actuar el grupo. Se fletó un avión de carga, un DC-8 para transportar parte del equipo de luces y sonido. La otra parte llegaría desde Los Angeles a bordo de un B-707. También un barco desde Miami trasladó todos los elementos del escenario. Se utilizaron veinticuatro personas para el montaje técnico, a cuyas órdenes trabajaron unos cien argentinos, que tardaron una semana en montar un escenario de cuarenta metros de ancho por quince de fondo y casi treinta de alto. El gobierno argentino, bien consciente de la publicidad que esto le suponía, dio todo tipo de facilidades, proporcionó casi trescientos policías para vigilar el recinto, a lo que había que sumar otras doscientas personas que, como servicio de orden, había contratado la organización. Este hecho se sitúa como la pieza fundacional de la escena musical Argentina que surgiría durante los años 80 y todo un puntapié para la producción en la región latinoamericana. Se trataba de un territorio olímpicamente ignorado por las bandas y solistas del rock-pop de la época. Los elencos preferían recorrer el circuito seguro que ofrecía el show business ochentero (Estados Unidos, Canadá, Europa y Japón). Es así como producto de esta visita, cuatro años después en 1985, en Brasil, un joven publicista llamado Roberto Medina, comenzó a gestar en Río de Janeiro lo que sería el primer festival internacional de la región, el ya célebre “Rock in Rio”. Fue la primera vez que en América del Sur se organizaba un evento de tal magnitud; sin embargo era un momento en que Brasil pasaba por grandes transformaciones, pues después de un prolongado período de dictadura militar comenzaba a dar los primeros pasos rumbo a la democracia y

participación. “Rock in Rio” fue la instancia de reunión en los cuales un millón y medio de espectadores escucharon y vieron a 14 estrellas internacionales y 15 nacionales. Así, el 11 de enero de 1985 (hasta el 20 del mismo mes) se celebró el primer “Rock in Rio” celebrado en Río de Janeiro, en lo que fue punto de partida para los grandes megaeventos musicales que conocemos hasta el día de hoy. Fueron diez días donde se contó con un sistema de sonido y luz extremadamente moderno para la época. Allí se dispusieron un escenario de 5.000 metros cuadrados, un centro comercial con 50 tiendas y hasta dos helipuertos para recibir a los artistas invitados. Esto significó un cambio en la industria y una apertura internacional. Hasta la fecha, se han realizado 7 versiones en Río de Janeiro y 7 ediciones en Lisboa, siendo un eje clave en la región sudamericana, pues de las versiones realizadas se han desprendidos giras y vistas de elenco internacionales a otros países de la región. La más celebre para nuestro país fue Faith No More en el festival de Viña del Mar de 1991. Pasarían unos 10 años para que en Colombia surgiera el primer festival público gratuito, el “Rock al Parque”. Bogotá a principios de los noventa, aún se sacudía de la violencia y el miedo sembrado por el narco terrorismo; los conciertos eran escasos, y la gente encerrada en sus casas no participaba en sus barrios. Rock al Parque surge bajo la alcaldía de Antanas Mockus, como una iniciativa para incitar a la gente a salir de sus encierros y consumir cultura, por medio de un festival de música. Desde su primera edición en el año 1995, el festival ha sido el evento gratuito más importante de Colombia, al albergar en tres días a varios de los más destacados músicos del mundo. El evento se realizó en el Parque Metropolitano Simón Bolívar y reunió diferentes tendencias sonoras marcando un precedente distinto de los festivales comerciales o privados. *“Para el año 2012 se invirtieron cerca de 1,1 millones de dólares, más de 400 mil asistentes”*, (Bogotá Como Vamos, 2014) transformándolo en un clásico en la región. Rock al Parque desde su creación ha dejado precedente en los modelos de festivales públicos al integrar siempre una red de artistas locales, siendo una plaza interesante para la región Sudamericana. Desde 1998 se cuenta con un jurado especializado para la selección de las bandas, que se encarga de evaluar a los aspirantes y así darles la oportunidad de participar. Los jurados deben cumplir con experiencia en producción y docencia en géneros como el rock, punk y pop. La política de festivales “Al Parque”, incluye espacios para la reflexión, investigación, formación y emprendimiento, así como alianzas público-privadas con empresas como la Cámara de Comercio de Bogotá y Circularart de Medellín. Veinte años ininterrumpidos de festival lo consolidan como una iniciativa exitosa surgida de

una política pública que aportó a la visibilización de un género musical en Bogotá, convirtiéndose en uno de los referentes que promovió actitudes de respeto y cultura ciudadana en espacios públicos, incentivando y provocando debates y reflexiones permanentes sobre el entorno social. Su gestión no ha estado exenta de polémicas; sin embargo, en la actualidad el festival se ha ampliado a otros estilos. Es así como Rock al Parque es el más antiguo y hace parte de la serie de los Festivales Al Parque impulsados por la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, siendo emulado su esquema luego con diferentes temas. Es así como en el calendario 2018, no sólo Rock al Parque figura, sino que Jazz al Parque, Colombia al Parque, Salsa al Parque y Hip hop al Parque.

2.4 La industria musical en Chile

Mucho más que una disciplina artística, la música es una manifestación humana de máxima importancia cultural. Los datos así lo avalan: es una práctica ubicua en la población: *“más de un 97% de los chilenos mayores de 15 años escucha música, con una periodicidad promedio de 6,1 días a la semana.”* (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2016, pág. 21) El sector musical chileno ha experimentado un crecimiento sostenido en la producción discográfica. Este crecimiento se expresa en el aumento de la elaboración de fonogramas nacionales que se ha registrado en los últimos años: *“de 705 a 1.021 entre 2011 y 2014, un alza del 45%, de acuerdo a lo registrado por el Catastro de Producciones Fonográficas Nacionales del año 2015, que realizó el Consejo de Fomento de la Música Nacional.”* (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2016, pág. 21)

No obstante lo anterior, en la década pasada el negocio de la música en Chile entró en crisis para las grandes multinacionales. Por las mismas razones que en el resto del mundo, los sellos se vieron enfrentados a una baja en las ventas, algunos desaparecieron o emigraron del país. Con la situación actual de los grandes sellos multinacionales en Chile, el país se ve obligado a apostar por artistas extranjeros para generar ingresos por la producción de espectáculos en vivo. Esto trajo consigo el sostenido aumento y surgimiento de festivales y visitas de elencos internacionales al país.

En consecuencia los sellos multinacionales presentes en el país y los sellos independientes se han adaptado al nuevo panorama actual. Esta situación genera una paradoja, pues la dimensión productiva del sector, la cual está fuertemente concentrada en la región Metropolitana, cuenta con infraestructura y recursos técnicos de mayor calidad, que permiten operar en la mayoría de los agentes del sector. Sin embargo, esta percepción forma parte de un diagnóstico más general sobre la situación del área, que se manifiesta la existencia de importantes inequidades. Desde esta perspectiva, y tomando en consideración la integridad del territorio chileno y el conjunto del campo de la música, es posible concluir que el sector se distingue por la existencia de importantes desigualdades.

Por otro lado, la reciente implementación de la ley del 20% de música chilena en radios ha traído un aumento de la percepción de frecuencia “*Del 52% según datos del estudio de música chilena de la scd de 2016.*” (Adimark, 2016). Sin embargo todavía no se puede hablar de una industria consolidada, pese a tener una activa agenda de festivales y conciertos además de la reciente implementación de la Política del Campo de la Música 2016-2022, “*la cual se centra en 4 áreas temáticas: Inclusión social, participación, territorialidad, equidad y diversidad cultural*” (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2016, pág. 15)

La industria musical chilena sigue careciendo de managers, productores y gestores culturales capacitados en el área musical. Esto se traduce en una carencia de profesionales, dejando como único negocio rentable el de la música en vivo, dado que los demás factores que se trabajan en torno a la industria no son rentables por la situación de la industria musical mundial actual, ni por parte de los profesionales existentes que carecen de competencias en el área. Por último, varias fases de la cadena de valor presentan debilidades significativas y algunos géneros musicales exhiben un menor grado de desarrollo, respecto a factores tales como sus niveles de producción fonográfica: la música de raíz folklórica y la docta.

2.5 Música en vivo en Chile

En Chile el negocio de la producción de conciertos ha crecido exponencialmente durante los últimos años. El ingreso de Chile al circuito internacional y el arribo de grandes festivales extranjeros a nuestro país ha permitido una agenda activa en nuestra industria local como nunca antes visto: *“A su vez ha incentivado el desarrollo de festivales locales impulsados por productoras nacionales, músicos y sellos independientes, los cuales han podido armar temporadas de conciertos, festivales independientes, ferias sobre industria”* (Roccatagliata & Rojas, 2016), contribuyendo a una oleada de actividades de música en vivo. En el año 2011, El Mercurio cifró en sesenta millones de dólares la recaudación anual por venta de tickets para conciertos en Chile, *“ya en el año 2010 se vendieron un millón doscientos mil entradas para espectáculos musicales”* (Roccatagliata & Rojas, 2016)

Chile es uno de los territorios latinoamericanos donde mejor ha florecido la música en directo de los últimos años, dando lugar a grandes promotoras establecidas en la región y grandes franquicias que generan espectáculos en el país. Sin embargo, la historia de conciertos masivos en Chile es reciente. Hace 29 años eran muy pocos los artistas que se atrevían a venir cuando el país, que vivía sus últimos tiempos de dictadura con Pinochet. El 7 de marzo de 1989 es la fecha en que: Rod Stewart debutó en el Estadio Nacional, siendo el primer megaespectáculo internacional en Chile. El concierto se convirtió en una oportunidad para ver música en un estadio. La entrada de Chile al circuito internacional, donde Argentina y Brasil ya habían ingresado en 1981, significando que en 1985 en Brasil se creara el primer festival internacional, el ya mencionado “Rock in Rio.”

Hubo entonces una apertura en lo económico y el surgimiento de un área, que en su primera etapa estaría relegada solo a lo privado y a ingentes esfuerzos de productores por hacer encuentros, festivales y conciertos en estadios tras el regreso de la democracia,. Todo esto, exceptuando al ya clásico festival de Viña del Mar, que durante los años 80 y 90 fue el único espacio donde algunos artistas internacionales se atreverían a presentarse, en base a un modelo público - privado aún vigente.

No obstante, el aumento sistemático se vislumbró durante la década del 2000, donde se generó un explosivo aumento de conciertos y festivales en país, el cual tendría su pick en 2012, cuando se marcaron todos los récords del área- “*se realizaron 290 concierto durante el año 2012*” (Silva, 2017), cuando comenzaron a instalarse de manera sistemática franquicias de festivales internacionales como Maquinaria, Lollapalooza o Sonar entre otros. Así mismo, el público chileno comenzó a ganar fama de ser una excelente audiencia; sin embargo las regulaciones y permisos seguían siendo un tema precario. Recién en 2003 comienza a surgir una normativa de uso del espacio público, la cual no tendría como *ethos* principal conciertos, sino partidos de fútbol. Sin embargo, dada su magnitud, en el año 2007 surgiría por parte del gobierno y las intendencias una actualización de dichas normativas para cada región, pero siempre en este ritmo de ensayo y error. Finalmente, el 21 de octubre de 2016, surgió de parte de la Intendencia de Santiago la Circular N° 28, la cual tras una serie de desafortunados eventos y sucesos comenzó a regular y fiscalizar de manera más exigente los eventos masivos en Santiago. No obstante, dicha normativa no significó ser un modelo para las regiones, donde todavía en algunos casos sigue vigente las normativas del 2003, muy desactualizada para estos tiempos.

Es así como el 2010 en Chile surge la AGEPEC, Asociación Gremial de Empresas Productoras de Entretenimiento y Cultura, donde se agrupan las principales productoras de eventos masivos. Esta asociación la cual se ha encargado en reiteradas ocasiones de exigir una mayor regulación, fiscalización y exenciones tributarias a la hora de producir mega conciertos siendo una vocera desde el área privada de los conciertos masivos, En la actualidad este gremio lo componen productoras como “*T4F a la cabeza como líder suramericano, DG Medios, Bizarro, Fenix, La Oreja, Inda Goycoolea & Asociados, Multimusica, Swing Boking & Management y The Fan Lab. Por otro lado también se encuentra Lotus Producciones, socios comerciales de C3 Presents para la franquicia de Lollapalooza y de Advance Music para Sónar o Street Machine, responsables de los más grandes shows de música electrónica, como el Creamfields, Mysteryland y Sensation*”. (Roccatagliata & Rojas, 2016). En el libro “*Bajen la Música*” (Maira, 2014), se hace referencia a este tema basándose en su tesis de grado que trata sobre la industria discográfica en Chile desde los años 60. En el texto, el autor señala que llama la atención el hecho de que varios ejecutivos de sellos multinacionales, hoy siguen en la música, pero desde la industria de los conciertos. Con todo lo anterior, queda claro que el cambio del

negocio de los espectáculos de música en vivo ha sido radical los últimos 20 años, tanto a nivel local como mundial. Hace dos décadas en nuestro país, el primer concierto de la banda Iron Maiden era suspendido por considerarse diabólico: no obstante, desde esa época pasamos a la actual donde se venden boletos en pre-venta sin aún saber quiénes serán los artistas que vendrán al festival de turno.

2.6 Festivales Públicos

Desde la creación del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, el año 2003, ha existido un sostenido aumento en la generación de festivales con financiamiento público parcial o financiados en su totalidad por el Estado. Ejemplo de esto son, Rockodromo, FAV, Festival Pablo de Rokha, Día de la Música, REC (Rock en Concepción), o cofinanciado con convenios o fondos concursables como Woodstaco y Fluvial. Además, es posible encontrar durante el año una serie de festivales que son realizados por municipios. Algunos más consolidados que otros, con resultados muy disímiles en cuanto a su continuidad o consolidación. Los objetivos de estos festivales pueden ir variando de acuerdo a su territorio o contexto local; sin embargo, coinciden en generar un espacio para el fomento de la música como también circulación e intercambio de diversos músicos chilenos.

Durante estos últimos años, la demanda como la asistencia de públicos ha aumentado considerablemente. Es así como el Róckodromo de Valparaíso, festival central del área de festivales de escuelas de Rock y el CNCA, se estimó una asistencia de 35.000 personas en su última versión, mientras que REC de Concepción se estimó una convocatoria de 60.000 personas por jornada, principalmente enmarcado por sus convocantes cierres internacionales. Situación distinta es el Rockódromo donde sólo se presentan artistas nacionales para los días de cierre. Además de encargarse de la producción del festival Rockódromo, el programa Escuela de Rock y Música popular han contribuido al desarrollo de festivales en las zonas más extremas de Chile, a través de su Red Nacional de festivales, la cual hasta la fecha cuenta con 11 festivales desplegados desde Arica a Punta Arenas. Éstos se producen gracias a la integración de 4 aristas en conjunto: el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Seremi Regional correspondiente al territorio de cada festival, asociaciones de músicos, en algunos casos los municipios locales. La red nacional de festivales desde su creación, en 2011, con el festival de Rock y Poesía Pablo de Rokha de Talca, ha ido apostando a hitos diferenciadores apelando a los intereses del territorio, ampliándose cada año en una nueva región a la red nacional de festivales. Esto ha generado un modelo de ensayo y error en la implementación de festivales, con total financiamiento público.

CAPÍTULO 3: MARCO CONCEPTUAL

El presente capítulo tiene como finalidad establecer definiciones de conceptos claves para la propuesta del Modelo para la producción de festivales de música públicos, tales son:

3.1 Plan

El concepto de plan se define como: “*conjunto de grandes líneas directrices que orientan una voluntad de intervención.*” (Cerezuela, David Roselló i, 2007, pág. 27). Es decir, el concepto se plantea a nivel general y de amplia base conceptual, filosófica o política. “*Un plan suele trazarse a mediano o largo plazo y acostumbra a abarcar un conjunto de temáticas que se incluyen en él*” (Cerezuela, David Roselló i, 2007, pág. 28). Por su visión amplia, el plan se asocia a un nivel estratégico

3.2 Programa

El programa se asocia a un primer acercamiento a la concreción del plan anteriormente descrito. Es decir, el programa dice relación con los lineamientos principales y la aplicación concreta de un aspecto por sectores relacionados con edades, funciones, espacios, etc. (Cerezuela, David Roselló i, 2007, pág. 28)

3.3 Proyecto

El proyecto es un aspecto más operacional de una intervención luego del programa. El proyecto aplica los programas y los pone en práctica, por consecuencia, “*se concreta en actividades o acciones que solo tienen razón de ser en cuanto forman parte del proyecto.*” (Cerezuela, David Roselló i, 2007, pág. 28)

3.4 Modelo

En términos generales, un modelo se define como *“la explicación de un fenómeno, ideal digno de imitarse, paradigma, canon, patrón o guía de acción; idealización de la realidad; arquetipo, prototipo.”* (Sesento, 2012).

Para el caso del presente AFE, el Modelo situará su definición desde la perspectiva de constituir una guía de acción establecida a partir de una metodología aplicada.

3.5 Eventos culturales aplicados a la música

Los eventos culturales promueven el diálogo, marcan presencia y ejercen una gran importancia en el contexto social, cultural, político y económico de un país o una región. *“Es obvio que los eventos siempre desempeñaron un importante rol en la sociedad humana pues el tedio de la vida cotidiana fue y será quebrantado por la realización de eventos”* (Shone, A. & Parry, B, 2004). Los mismos son cada vez más importantes para la cultura y desempeñan un poderoso rol en la sociedad abarcando diferentes períodos de la historia de la humanidad.

3.6 Festival

El término ‘festival’ es definido por Bonet como un *“concepto polisémico utilizado de forma icónica por un gran número de manifestaciones, artísticas y no artísticas, gracias a su asociación positiva con la idea de celebración colectiva de fisonomía festiva.”* (Bonet, Luis, 2011, pág. 1). Bonet explica que el concepto se relaciona con eventos relacionados con exhibiciones especializadas y además selectas. Estos festivales se conforman por *modelos tipológicos* que requieren de gestiones adecuadas. Además Klaic, citado en Bonet (Bonet, Luis, 2011, pág. 1), define los festivales artísticos como *“un subconjunto de la realidad aludida”* o *“paquetes condensados de actividad artística, con una logística compleja y un bien orquestado sistema de financiación basado en las sinergias entre subvención pública, patrocinio empresarial y recursos propios.”* Esta definición permite describir en forma sustancial una realidad de gestión y financiación compleja que logra alcanzar su peak en poco tiempo luego de comenzado el evento.

Desde diversas perspectivas se ha intentado definir el concepto de festival. Goldblatt en un intento por encontrar el común denominador en el que convergieran la mayoría de festivales, lo define como aquel “*evento temporal que se celebra con ceremonia y ritual para satisfacer necesidades específicas.*” (GOLDBLATT, 1997, pág. 7) Dicha definición, parece excesivamente genérica y permite incluir no solo los festivales de música, teatro o cine sino también una boda, un torneo deportivo, una ceremonia de otorgamiento de premios, o hasta un concurso-oposición para cubrir una plaza de funcionario. Por su lado, el Diccionario de la Real Academia lo define, en la tercera de sus acepciones, de forma más específica y ajustada a nuestro ámbito de interés, como aquel “*conjunto de representaciones dedicadas a un artista o a un arte*”. (RAE, 2018.)

Otra definición que se acerca bastante es la de “*manifestaciones culturales o encuentros en vivo puntualmente en lo relativo a fiestas, festivales encuentro en los cuales las comunidades confirman su propia existencia, sus hábitos y costumbres.*” (Marujo, 2017, pág. 285).

Un festival es un acontecimiento o celebración, efectuado generalmente por una comunidad local o por un municipio, que se centra en un cierto tema o un cierto aspecto único de la comunidad. Por otro lado cuando hablamos de Fiesta, especialmente musical, se refiere a un conjunto de representaciones dedicadas a un artista o a un arte. En este caso, se trata de aquellas reuniones donde más de 10 personas se congregan con un mismo fin.

Desde una perspectiva más etimológica, la palabra festival procede del latín Festivus y hace referencia al concepto de festividad o fiesta. Con esta acepción pasa a las lenguas romance (Bonet, Luis, 2011), pero en el sentido de gran acontecimiento artístico de periodicidad anual deberá esperarse a la Inglaterra de inicios del siglo XVIII, con la puesta en marcha del Three Choirs Festival, aún hoy existente.

En el caso de Chile la fiesta del carnaval tuvo su vigoroso espíritu rural en el siglo XIX, con la Fiesta del Agua, de la Tierra, de las Frutas y de las Flores, sobre todo en localidades del valle central. Hay registro de fiestas de la Chaya de San Felipe en 1883 y en la Ligua, Doñihue, Rancagua y Limache.

Sin embargo, en el año 1816 Francisco Casimiro Marcó del Pont, militar español y gobernador de la corona española en Chile, prohibió el desarrollo de carnavales ordenando que *“ninguna persona estante, habitante o transeúnte de cualquier calidad, clase o condición que sea, pueda jugar los recordados juegos u otros, como máscaras, disfraces, correrías a caballo, juntas o bailes, que provoquen reunión de gentes o causen bullicio...”* (Espinosa, 1985) A pesar de ser prohibida, se seguían celebrando informalmente en los sectores más populares. Renca fue uno de los lugares en donde se siguieron llevando a cabo los carnavales, en otras ciudades del país, también se llevaban a cabo fiestas religiosas y fiesta de la primavera que convocaban a la comunidad. Un claro ejemplo de esto es la fiesta de la Tirana, en honor a la Virgen del Carmen, la cual continúa desarrollándose en la actualidad.

Es así como las actividades en los espacios públicos comenzaron a ser un referente importante. Carros alegóricos, elección de reinas, comparsas de baile y competencias literarias, fueron la base de la fiesta realizada entre 1915 y 1972, que daba la bienvenida a la estación de las flores. En el mes de octubre, las calles y plazas de pueblos y ciudades de Chile se llenaban de alegría y color, en una celebración que iniciaron las federaciones de estudiantes de las universidades en Santiago y que se extendió por el país con el nombre de Fiesta de la Primavera. Tras el paso de los años y el interés por generar y retomar antiguas tradiciones culturales del país, se han ido restableciendo estas festividades, como es el Carnaval con la Fuerza del Sol celebrado en la ciudad de Arica, Carnavales culturales desarrollados por el Consejo Nacional de la Culturas y las Artes hasta el año 2010, los cuales se les puede considerar como actos fundacionales de intervención estatal en el espacio público, de ellos derivaron una serie de plataformas y formatos de adquisición de bienes del estado. Estos por un lado, abrieron una amplia discusión en referencia a la tipología de los productos culturales, si son públicos o privados, no tanto a nivel tecnológico ni de formato sino en relación a su contenido, metodología

y planificación configurando las bases de protocolos y directrices para la implementación de eventos y producción desde el Estado.

Algunos de los nombres más usuales para acontecimientos escénicos, audiovisuales o musicales son, siguiendo una lógica temporal: semana, quincena, bienal, temporada o jornadas. Mientras que, con un nombre más conceptual, encontramos los términos muestra, ciclo, certamen, encuentro, feria o concurso. Detrás de dichas denominaciones encontramos una yuxtaposición de ideas, desde la efeméride que permite festejar y encontrarse hasta la idea de mercado, refiriéndose a intercambiar y conectar con otros, o la de competición para mostrar lo mejor de un arte.

Así, pues, la determinación de los criterios viene influida por los objetivos e intereses específicos planteados en cada caso. No existe una definición mejor que otra y seguramente no tiene sentido perseguir una definición universal. Más allá de esta multiplicidad de definiciones, podríamos concluir que un festival artístico, se caracteriza fundamentalmente por:

- -Ofrecer una programación artística singular de forma intensiva.
- -Ser un acontecimiento público (no cerrado a un colectivo predeterminado).
- -Tener carácter periódico (anual o cada ciertos años) y una duración temporal limitada.
- -Ser reconocido por un nombre de marca específico.

Con este matiz que concibe la cultura como servicio público, es importante entender cómo se trabaja en este espacio y el *ethos* del presente proyecto, el cual pretende formar las bases metodológicas para establecer la instalación y producción de encuentros públicos en espacios abiertos.

3.7 Públicos y Audiencias

Los Públicos son producto de la necesidad que tienen los seres humanos de agruparse y participar, según el contexto y territorio en el que viven, donde las personas interrumpen su cotidiano vivir y se desplazan a lugares específicos donde comparten e interactúan dentro de un espacio y tiempo determinado sin dejar de lado su individualidad, transformándose en parte de un total o en espectadores. *“la noción de espectador, por otra parte, es más difusa porque los espectáculos que requieren de un público presente exigen de éste distintas modalidades de participación, ya que no es lo mismo ver una película que una puesta en escena, un concierto o un programa de televisión”* (Canclini, 2009)

Caso distintivo son las audiencias, las que se definen como *“individuos activos capaces de someter los medios a diversas formas de consumo, decodificación y usos sociales”* (Rosengren, 1997). Las audiencias participan en una producción y la finalidad de su medición es determinar el tamaño del conjunto de espectadores, clasificarlos a partir de diversas variables estas desbordan en actos masivos donde interesa más la cantidad imponiéndose el anonimato y la cultura de masas. Cuando se refiere a masa es relativo a algo popular, por lo que una audiencia es un público que está recibiendo un mensaje masivo, siendo la masa y el público individuos susceptibles a convertirse en audiencias.

3.8 Géneros musicales

Desde una perspectiva amplia, hoy día en Chile la música se divide en tres géneros: popular, música selecta o clásica y música de raíz folklórica o de tradición oral. Estas categorías están definidas por la Ley N° 19.928 de Fomento de la Música Nacional, aunque actualmente son objeto de debate al interior del Consejo de Fomento de la Música Nacional.

En la amplia categoría de la música popular se agrupan estilos variados, que van desde el pop y el rock, hasta la canción romántica o expresiones de tipo tropical. Se consideran, según la ley, *“formas y estructuras simples, con autores y compositores identificados, siendo de difusión y proyección masiva”* (Artículo 2, Ley N° 19.928) (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2016). *“El crecimiento de la industria fonográfica del último tiempo se explica fundamentalmente por la producción de discos de este género, que representan cerca del 90% del total en los años 2012, 2013 y 2014”* (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2016, pág. 23).

“Los géneros folklore y música docta tienen una menor inserción en los circuitos industriales, así como menor masividad. El primero es la expresión musical de las culturas tradicionales y su presencia en las vidas y vivencias de determinados grupos sociales, tanto aquellas provenientes del mundo rural, así como su permanencia, actualización y/o representación en el espacio urbano” (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2016, pág. 23). En tanto, la música selecta o clásica se define como aquella *“cuyo aprendizaje se realiza en base a normas académicas de consenso universal, que se registra y transmite preferentemente por vía escrita (partitura), que explora estructuras y formas complejas y cuyos autores son identificados (Artículo N° 2, Ley N° 19.928”* (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2016, pág. 23). Dentro de este ámbito, la actividad orquestal se ha desarrollado en las últimas décadas, contando hoy en día con una importante presencia a lo largo del territorio nacional. El presente modelo de festivales está abierto a todos los estilos y géneros musicales, no cerrándose solo a lo popular, ya que pretende facilitar instancias donde la inclusión de los presentes estilos es una oportunidad de desarrollar y ampliar su consumo en los públicos y audiencias.

3.9 Evolucion del Campo normativo para el desarrollo musical

El marco normativo o legislativo entorno al desarrollo de la gestión cultural, más específicamente a la música y desarrollo de intervenciones en el espacio público, es heredera de una serie de acciones realizadas en una primera etapa por la institucionalidad chilena y, en una segunda etapa, por la institucionalidad cultural en Chile, siendo una cadena de procesos consecuencia del avance en cuanto al desarrollo de dicha área. Así, pueden observarse esfuerzos por establecer lineamientos desde la constitución hasta la implementación de políticas sectoriales.

Los antecedentes, pueden considerarse en un inicio desde la Constitución Política de la República de Chile, la cual establece que el *“Estado tiene como finalidad, la promoción del bien común, para lo cual debe contribuir a crear las condiciones sociales que permitan a todos y a cada uno de los integrantes de la comunidad nacional su mayor realización espiritual y material posible”* (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2016, pág. 17)

Esta reconoce y asegura en su Artículo 19 N° 25 la libertad de crear y difundir las artes, así como el derecho del autor sobre sus creaciones intelectuales y artísticas de cualquier especie, esto se complementa con la Ley N° 17.336 de agosto de 1970, que regula la propiedad intelectual y el derecho de autor, ambas herramientas fundamentales para el desarrollo profesional de los músicos.

En 1950, un decreto del Ministerio del Interior publicado (*“Texto definitivo del Reglamento de Transmisiones de Radiodifusión”*), hace explícito que la Secretaria General de Gobierno fijará mensualmente la proporción de música chilena que las emisoras deben presentar en sus programas.

En 1973 se reconoce la existencia de las Orquestas Profesionales, cuyo modelo hasta ese año consistía en un subsidio total del Estado a las formaciones orquestales que surgían al alero de instituciones de formación o iniciativas particulares. El 18 de septiembre de 1979 se proclamó el Decreto N° 23 que declaró la cueca como danza nacional, haciendo referencia a sus valores musicales.

En 1990 se promulga la Ley N° 18.895, más conocida como “Ley Valdes”, que regula los beneficios tributarios a las donaciones con fines culturales, con el objetivo de fomentar la intervención privada, tanto de empresas como de personas, en el financiamiento de proyectos artísticos, patrimoniales o culturales. Más adelante, el año 2013, se promulga la Ley N° 20.675, que reforma la ley de donaciones con fines culturales.

Desde el año 1992 el sector de la música comienza a recibir financiamiento a través del Fondo Nacional para el Desarrollo de las Artes (Fondart). Este mismo año, el maestro Fernando Rosas —con apoyo del Ministerio de Educación— inicia en Santiago un Programa de Orquestas Juveniles, que da origen en 2001 a la Fundación de Orquestas Juveniles e Infantiles (FOJI), como una entidad dependiente de la Dirección Sociocultural de la Presidencia.

En 1994 nace el programa Escuelas de Rock, por iniciativa de la Asociación de los Trabajadores del Rock (ATR). No obstante, se trata de una iniciativa asociativa de músicos independientes. El programa desarrolla sus acciones junto a diversas instituciones del Estado, tales como la División de Organizaciones Sociales del Ministerio y Secretaría General de Gobierno, el Ministerio de Educación y el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

En enero de 2003 la Ley N° 19.891 crea el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes e, inmediatamente, el año 2004 es promulgada la Ley N° 19.928, sobre Fomento de la Música Chilena, que por primera vez estructura una institucionalidad que da cabida al fenómeno musical en Chile, creando el Consejo de Fomento de la Música Nacional, organismo especializado encargado de dar cumplimiento a los ideales contenidos en la ley. En ella también se consagra el nacimiento del Fondo de la Música Nacional y el Premio a la Música Nacional Presidente de la República.

En el año 2003, de manera simultánea a la creación del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, la Orquesta de Cámara de Chile y el Ballet Folklórico Nacional (Bafona), elencos con larga trayectoria e importantes referentes de la actividad musical del país, dejan de depender de la División de Cultura del Ministerio de Educación y pasan a formar parte del nuevo Consejo.

El año 2007 entra en vigencia la Política de Fomento de la Música Nacional 2007-2010, transformándose en un primer esfuerzo por orientar y organizar el trabajo del Estado entorno al desarrollo de la Música Nacional. Ese documento fue elaborado a partir de cinco ejes temáticos: Creación e Interpretación Musical, Industria y Nuevas Tecnologías, Inserción de la Música en la Sociedad, Patrimonio y, por último, Institucionalidad. Cabe señalar que en la redacción de esa Política, las medidas fueron consensuadas por miembros del Consejo de Fomento de la Música Nacional y el Departamento de Estudios del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, mediante una metodología que se apoyó fundamentalmente en la revisión documental y en entrevistas dirigidas.

Junto con las normas nacionales, el Estado de Chile ha suscrito en el ámbito Internacional la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales, vigente desde marzo de 2007. Dicho acuerdo establece deberes del Estado en cuanto a garantizar un amplio acceso a la cultura.

En abril de 2015 se promulga la llamada «Ley del 20%», que modifica la Ley N° 19.928, que establece un mínimo de programación de música chilena en las emisoras del país. Además, se instaure desde ese mismo año, el 4 de octubre, como el “Día de la Música y de los Músicos Chilenos”.

CAPITULO 4: OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Crear un modelo de producción de festivales musicales para el sector público, incentivando el uso eficiente y eficaz de los recursos, en función del territorio donde se emplaza su ejecución.

4.2 OBJETIVO ESPECIFICOS

-Identificar los procesos más relevantes de un modelo de festivales de música en el sector público.

-Determinar las fases de ejecución de producción de festivales musicales

-Promover la utilización de un modelo de festivales de música en los espacios públicos, fomentando el uso eficiente de recursos humanos, materiales, financieros y legales de procedencia pública.

CAPÍTULO 5: MODELO DE GESTIÓN DE FESTIVALES DE MÚSICA EN ESPACIOS PÚBLICOS

5.1 Introducción

Este capítulo incluye los puntos fundamentales de la estructura del modelo de festivales propuesto en esta Actividad de formación equivalente, AFE. Para esto, se ha tomado como referencia el diseño y evaluación de proyectos culturales de Roselló (2007) y el diseño de producción de proyectos escénicos y eventos culturales de Pirozzi (2015), como también algunos tópicos presentes en las tipologías de gestión de festivales de Bonet (2011). Llevado a un contexto más local tomando en cuenta la realidad de la gestión cultural en Chile, contextualizada a la experiencia en la instalación de la red nacional de festivales públicos. La estructura surge de una combinación de estrategias que abarcan territorio, concepto, producción y presupuesto, además de un conjunto de decisiones y procesos claves.

5.1 Modelo para la producción de Festivales musicales en el sector Público

Figura 1

Modelo de Festivales Públicos

Diagnóstico

Desde 1989 hasta el 2000 todos los eventos masivos musicales eran privados.

Situación

Producir eventos públicos masivos en Chile

Problemas

Los productores que trabajan en el sector público asumieron medios de gestión privados.

"La producción es parte de la gestión Cultural"

A quién va dirigido

A Gestores culturales que trabajan en Producción.



Elaboración propia

5.2 Territorio

5.2.1 Análisis del Territorio

En el presente modelo se usará la definición de territorio presentada por Roselló como “*Aquel Espacio natural o administrativo en que el tenemos previsto intervenir.*” (Cerezuela, David Roselló i, 2007, pág. 64). En este caso nos referiremos a un festival, pero el territorio no es sólo un espacio físico o un lugar determinado, se puede entender como una instancia de interacción sociocultural y, en el caso puntual de los festivales musicales, este factor condiciona de muchas maneras el desarrollo de éste, en forma gravitante.

En el caso puntual de Chile, no es lo mismo celebrar una intervención en espacios públicos de una gran ciudad como Santiago, Concepción o Valparaíso lugares donde normalmente llega programación profesional y que cuenta con infraestructura cultural para la realización en lugares abiertos o cerrados y existen las condiciones técnicas y experiencias para solucionar imprevistos, que en regiones extremas donde la singularidad e identidad de cada territorio hacen la diferencia a la hora de plantear un festival.

Cuando se habla de territorios también se habla sobre personas, público y audiencias, donde factores geográficos, históricos, urbanísticos o religiosos adquieren importancia mayor, pues no es lo mismo generar una intervención en Temuco que en Talca, pues en el primer caso, su arraigo es hacia pueblos originarios y el respeto hacia determinados sitios es más solemne que en el Maule. Es en este punto donde la memoria histórica e identidad local cobra aún más sentido, toda vez que en algunos casos puede intencionar el *ethos* de un festival, ya sea incluyendo un homenaje o conmemoración de algún hecho, o incluso generando la suspensión o la no autorización de permisos, por ejemplo al calendarizar un festival que tope con una celebración religiosa, como la reciente venida del Papa Francisco a Chile, la cual causó una escasez de servicios de seguridad en Chile, generando la suspensión de todo evento masivo que supere las 3.000 personas durante su estadía.

Segun lo anterior es muy importante que a la hora de calendarizar un festival se consideren estos factores, a través de un “*análisis de realidad de entorno, reconocimiento de campo de acción o diagnóstico externo*” (Cerezuela, David Roselló i, 2007, pág. 64) lo que sustenta la importancia del conocimiento de la realidad local. El análisis territorial ayuda entonces a entender la realidad del lugar que se va a intervenir. Lo local suele ser un trabajo más interno del equipo que trabaja en la producción, sobre todo si se desconoce el contexto territorial en el que se va a trabajar, lo que a menudo se transforma en un trabajo extenso y laborioso.

Cuando un festival surge desde el sector público, además de considerar los factores territoriales locales, hay que ser especialmente cuidadoso con los factores externos y de qué forma estos repercuten en el lugar. Por ejemplo al calendarizar un festival la misma semana de un evento deportivo, ya sea mundial de fútbol, copa América o un partido de selecciones, puede traer como consecuencia una escasísima convocatoria. La experiencia en cada territorio varía en función de la extensa y diversas realidades del territorio chileno. Se puede observar puntos comunes no muy positivos, como, por ejemplo, un excesivo centralismo que no sólo concentra las actividades culturales más importantes en la Santiago, si no que también concentran la actividad cultural las capitales regionales. Ciudades como Calama y Chillán, viven bajo el alero de las capitales regionales de Antofagasta y Concepción respectivamente, lo que dificulta la producción y surgimiento de espacios de calidad técnica y masividad. La relación entre el lugar físico y simbólico y las distintas comunidades presentes en un territorio son muy importantes. Éstas pueden tener distintas motivaciones y vivir la experiencia de forma bastante diferente. En el caso de un festival con acentuada proyección y públicos diversos u externos, es necesario diferenciar entre la relación con los residentes locales y los visitantes externos. La mayoría del público residente, así como la comunidad de acogida que no participa del evento, comparten una identidad, un sentido de pertenencia al lugar y una experiencia compartida, en especial cuando el festival tiene trayectoria, pues de alguna manera ya forma parte de su historia. Un buen ejemplo de esto es Rockódromo, un festival que nace en Valparaíso bajo el alero del Estado y en sus primeras versiones, acogió a un gran número de bandas locales de dicha ciudad sin embargo, tras 14 versiones y varios cambios de locación, el festival creció y se consolidó como una vitrina importante para la música nacional, por cuando empezó abarcar bandas de todo Chile. Paradojicamente, al crecer y dejar su localía solo en la sede, generó un rechazo de parte

de los músicos quienes miran con nostalgia las pasadas versiones. Sin embargo siguen asistiendo como público, pues sienten al festival como parte de la ciudad. Esto se puede apreciar en que su asistencia en su última versión 2018 convocó a las 35.000 personas.

Otro factor a considerar sobre el territorio es el lugar o espacio específico donde se concentrará el escenario. Es aquí donde la dimensión simbólica se acentúa cuando el lugar tiene un carácter monumental, pero también se da cuando el festival recupera un espacio degradado para la ciudad, o da valor a una alejada zona rural. Por su lado, los turistas, los que tienen una segunda residencia u otros visitantes externos, encuentran en los espacios donde se desarrolla el festival un valor particular, que en ocasiones puede llegar a ser icónico. En este punto entra en juego no sólo su valor simbólico, sino también los factores técnicos y logísticos, pues son estas aristas las que lograrán finalmente la concreción del festival. Lo bueno de estos tiempos es que actualmente se posee capacidad técnica para desarrollar diversos tipos de escenarios y es así como ya no es “una locura” ver intervenciones musicales desde los balcones del palacio de La Moneda o en lugares que antes eran geográficamente imposibles. Sin ir más lejos, solo hace un par de años, Metallica se presentó en la Antártica, lo que sin duda fue un hito no sólo para la banda si no para la música mundial.

Algunas regiones poseen una capacidad técnica estrechamente relacionada con su territorialidad, y es así como nos encontramos que en Iquique y Punta Arenas, ambas poseen zonas francas, aunque sus realidades son muy distintas. En el caso de Iquique, posee una amplia variedad de proveedores, lo que abre un amalgama de posibilidades técnicas, de backline de alta gama y calidad a bajo costo, lo que incluso sirve para reforzar técnicamente otras regiones como Arica, Antofagasta y Calama. Por su parte Punta Arenas, pese a poseer zona franca, tiene un acceso geográfico más complejo, lo que hace que sea mucho más difícil encontrar variedad de proveedores, incluso algunos insumos específicos como es el caso de las pantallas led.

Cabe señalar, además, que un festival comprometido con el territorio intenta, a través de la atracción turística, maximizar el empleo, el valor económico, así como las externalidades positivas que se generan (mayor oferta cultural, orgullo local o impacto inducido). Asimismo,

procura minimizar las externalidades negativas que todo gran evento conlleva, como la *congestión, el encarecimiento de los factores y los recursos locales, incremento de la delincuencia o costos de limpieza, entre otros.* (Bonet, Luis, 2011, pág. 50)

Es así como se puede indicar según la información ya expuesta anteriormente, que reconocer el territorio es la primera fase del modelo, pues si no se conoce el espacio a trabajar su contexto, experiencias, proveedores ni la particularidad de sus públicos es difícil que el festival sea atractivo o interesante para las audiencias del territorio por ello, la información recabada de cada festival será de vital importancia para el desarrollo, así como también para la búsqueda del *ethos* o concepto.

Además, es importante señalar el avance que se ha tenido los últimos 10 en cuanto a infraestructura cultural, lo cual ha causado otro tipo de problemáticas, la de generar contenido para las 51 comunas beneficiadas con centros culturales, sobre 50.000 habitantes. De esta manera es necesario integrar y comprender cuales son los requerimientos y necesidades para el desarrollo y continuidad de la actividad cultural, para lo cual es recomendable seguir el modelo de dinámica territorial presentado por David Roselló se indica a continuación

2. Dinámica territorial

2.1. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL ENTORNO TERRITORIAL

Descripción general

- Tipo de entorno territorial: estado, región, ciudad, etc.
- Características determinantes del territorio: ubicación, extensión, límites, orografía,...
- Distribución territorial de la población.
- Red de transportes interna y externa.
- Otros datos de interés general.

Datos demográficos

- Número de habitantes (pirámide por edades y sexos).
- Procedencia de la población.
- Saldo migratorio actual (emigración/inmigración).
- Previsión de la evolución de la población en un futuro (cuantía y tipología).

Datos sociológicos

- Minorías (étnicas, lingüísticas, religiosas, ...).
- Normas y valores dominantes, mentalidades.
- Niveles de instrucción.
- Datos electorales y su evolución.

Indicadores económicos

- Distribución de la población por sectores económicos.
- Distribución de la producción por sectores económicos.
- Nivel de renta por cápita.
- Tasa de desempleo general, por sectores de población o producción.

Datos culturales generales

- Inventario de entidades culturales, por sectores, tamaño, actividad, vitalidad, etc.
- Mapa de equipamientos culturales.
- Niveles de oferta cultural (pública, privada y asociativa).
- Niveles de consumo de ocio y cultural.
- Impacto de los medios de comunicación locales y generales.

(Cerezuela, David Roselló i, 2007, pág. 69)

5.2.2 Institucionalidad

Dentro de la fase del territorio y estrechamente relacionada se encuentra la institucionalidad, “...antes de desarrollar cualquier proyecto es necesario organizar la gestión y generar las capacidades al interior de las instituciones, para hacerse cargo de manera eficaz y eficiente de los recursos existentes en ellas.” (Ministerio de Vivienda y Urbanismo, 2009, pág. 45). Ésta presenta el marco de limitaciones administrativas, procedimientos y permisos que se deben solicitar a los municipios, gobernación y seremis para el desarrollo de intervenciones en el espacio público. Estas últimas, al ser organizadas por el Estado, adquieren una exigencia mayor versus producciones privadas ya que según sean sus resultados, positivos o negativos, estos generan un precedente para las autoridades. La institucionalidad consiste en realizar una coordinación general en la institución a cargo del proyecto que se quiere implementar, a fin de coordinar adecuadamente las decisiones políticas, técnicas y presupuestarias. En este contexto es relevante aplicar adecuadamente las políticas existentes, revisar las normas vigentes, eventualmente, generar a futuro nuevos proyectos y nuevas normas que contribuyan a su consolidación y uso apropiados.

La gestión debe enmarcarse dentro de las prioridades y marcos institucionales territoriales. Una adecuada organización de la gestión incidirá en el logro de los objetivos de la planificación, inversión y operación de los espacios públicos.

En el caso puntual de Santiago, donde el aumento de eventos como también una mala gestión de permisos, llevó al desarrollo de una nueva circular y normativa más exigente a la hora de generar intervenciones en el espacio público. La Circular N° 28 ANT: Circular N° 1100/195 de 21.03.2007 de la Intendencia Región Metropolitana. MAT: Procedimiento para la realización de eventos masivos. (Metropolitana, Intendencia Region, 2015). Sin embargo, dicha circular sólo tiene validez en la región metropolitana, dejando la responsabilidad a cada gobierno regional el desarrollo y creación de normativas que regulan los espectáculos en vivo, lo que no quiere decir que la circular N° 28 genere un precedente para otras regiones, ya que sobre todo en las regiones más extremas, las exigencias técnicas de seguridad y servicios suelen ser más flexibles y permisivas que en la capital.

Las normativas en regiones fuera de la Región Metropolitana, son de exclusiva responsabilidad de los gobiernos regionales, algunas datan del 2003 y las más actuales poseen modificaciones en 2007, por lo que resultan estar poco actualizadas para las exigencias actuales, Además, dichas normativas son las mismas que rigen para los encuentros futbolísticos en estadios y recintos deportivos, no resultando del todo concordantes con las exigencias de un festival público en un espacio abierto.

Los festivales públicos en este caso se presentan como una oportunidad no sólo de generar acceso o precedentes de intervenciones en espacios nuevos, sino también como una instancia formativa para músicos, productores y autoridades siendo estas últimas las que generan los permisos de usos y espacios. Sin embargo por la poca experiencia en el rubro de producción, dificultan la generación de estas instancias. Esto se abordará más en profundidad, en la gestión legal de permisos.

Es menester de la institucionalidad la adquisición de bienes para el desarrollo y producción, la cual siempre ha estado sujeta a las plataformas de compra y adquisición del Estado, mercado público o Chile Compra, las cuales no necesariamente fueron diseñadas para atender las necesidades de una producción y mucho menos de un festival de música en el espacio público.

La institucionalidad cultural ha tenido un avance significativo en la administración pública chilena, lo cual se refleja con la reciente promulgación de la Ley 21.045 que crea el Ministerio de las Culturas de las Artes y Patrimonio, que recién inició actividades en marzo del 2018. Sobre este punto cabe tener en cuenta que la titularidad condiciona: el volumen de aporte gubernamental y el monto presupuestario de cada festival. Mientras los festivales que dependen de entidades no lucrativas acostumbran a ser de pequeño formato, los de índole privado cuentan con presupuestos mucho mayores y estrategias de captación de recursos financieros más sofisticadas y ambiciosas. En cambio, entre los festivales de titularidad pública se da una gran dualidad: al lado de grandes festivales, con mucha actividad, personal y presupuesto, abundan los pequeños festivales locales de iniciativa municipal, de bajo presupuesto y escasos recursos propios.

A propósito de institucionalidad, es importante destacar que el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, desde su creación en 2003 han generado una serie de festivales bajo el alero total del Estado. Instancias como los Carnavales Culturales (que ya no se realizan), FAV (Festival de las artes) o Rockódromo, poseen un presupuesto asignado de 300 millones o en el caso del FAV, posee una glosa de asignación propia de \$600 millones. Por otro lado, también el programa Escuela de Rock y Música popular han contribuido al desarrollo de festivales en las zonas más extremas de Chile, a través de la implementación de su Red Nacional de festivales, la cual hasta la fecha cuenta con 13 festivales desplegados desde Arica a Punta Arenas en 11 regiones, con presupuesto nacional y regional, lo cuales varían de acuerdo a los aportes de las seremis regionales.

Figura 2 Red nacional de festivales Escuelas de Rock 2018

Región	Festival	Versión	Costos
1. Arica	Chinchorro sin Fronteras	4	\$10.700.000
2. Tarapacá	Wilka Irasu	5	\$9.700.000
3. Antofagasta	Alicanto	2	\$9.800.000
4. Valparaíso	Temporales Musicales	6	\$12.800.000
5. Valparaíso	Carnaza	12	\$18.800.000
6. Metropolitana	Festival Masa	3	\$11.600.000
7. Metropolitana	Migrantes	3	\$11.600.000
8. Metropolitana	Hip – Hop	2	\$15.000.000
9. Maule	Pablo de Rockha	6	\$ 11.400.000
10. Bio Bio	Son del Bio Bio	3	\$ 11.400.000
11. Los Ríos	Marea Rock de los Ríos	5	\$9.800.000
12. Aysén	Coyhaique	1	\$9.800.000
13. Magallanes	Desde el Ruido Austral	1	\$9.800.000

Elaboración propia

Por otro lado han surgido una serie de festivales donde el Estado aporta parte de su financiamiento a través de convenios, como sucede con el Festival Fluvial de Valdivia en convenio con la Universidad Austral y REC de Concepción, Sernatur, Gobierno Regional del Bio Bio y el Consejo Regional de la Cultura, con un aporte en su última versión 2018, de 1.397 millones.

Sin embargo, para la generación de festivales el Estado no es una prioridad como lo fue en un principio, ya que sólo lo analiza desde un punto de vista cuantitativo, sobre todo a la hora de evaluar, siendo su única medición la asistencia del público versus los recursos gastados. En este punto, según sostiene Roselló, *“No debe verse la opción por un modelo de gestión simplemente desde un prisma en la eficiencia de la gestión. Un modelo de gestión debe ser una manera de ver las cosas y se corresponde con opciones de gestión existentes en otros campos”* (Cerezuela, David Roselló i, 2007, pág. 154).

Por otra parte el hecho que este modelo tenga la finalidad de funcionar para el sector público, no lo deja exento de que factores políticos afecten el desarrollo del festival. De hecho es imposible dejar fuera la política y la contingencia dentro de un canal de expresión tan potente como son los festivales. También pueden influir los cambios de autoridades, que a veces detienen la continuidad de los mismos. No obstante uno puede barajar una línea editorial, recurrir a factores territoriales o desmarcarse de la contingencia, por lo cual se debe apelar más hacia la integración y no a la censura en este caso.

Respecto a las formas de adquisición o implementación de insumos para la realización de eventos, el Estado es claro, ya que se deben adquirir a través de licitaciones públicas o Convenios Marcos. El Convenio Marco es un mecanismo de compra definido por la Ley 19.886 de Compras Públicas, como la primera opción para satisfacer una adquisición de bienes o servicios. Es un acuerdo celebrado por la Dirección de Compras y Contratación Pública con un proveedor determinado, en el que se establecen precios, condiciones de compra y otras especificaciones del producto o servicio, que rigen por un período de tiempo definido.

Estos convenios se traducen en un Catálogo Electrónico que contiene la descripción de los bienes y servicios ofrecidos, sus condiciones de contratación y la individualización de los proveedores a los que se adjudicó el Convenio Marco. Dado que esta plataforma apunta a

satisfacer necesidades frecuentes y comunes en los distintos organismos públicos, en el Catálogo Electrónico encontraremos bienes y servicios estandarizados, de uso periódico y cotidiano. Por ello, los Convenios Marcos son muy útiles para las compras rutinarias o estándares. Sin embargo, difícilmente encontraremos en el catálogo un producto o servicio asociado a una compra de carácter estratégica, compleja, poco frecuente o específica (con algunas excepciones, por ejemplo en el área de salud). Por esta razón, por la cual es relativamente complejo solicitar insumos específicos de primera necesidad a la hora de generar un evento cultural o un festival de música por ejemplo, dentro de las opciones, uno puede solicitar una ambulancia pero no una directiva de funcionamiento esencial para el cumplimiento de armas de seguridad en el espacio público, servicios de arriendo de instrumentos musicales, backline o un prevencionista de riesgos.

En estos casos, probablemente se deben generar una Licitación Pública, solicitando los insumos que no se encuentran en Convenios Marcos, con el objeto de obtener un producto o servicio que se adecue a nuestras necesidades particulares. Esta situación en cierto sentido ayuda, pero no resuelve este punto del todo. Adema por más específica que sea la licitación, tampoco se puede condicionar ciertos requerimientos dejando la posibilidad para otras opciones, bajo el apelativo “o similar”, lo cual genera serios problemas de puesta en marcha, ya que existen insumos de primera necesidad en una producción que no responden o no tienen un similar. Esto se aprecia con mayor detalle en el área técnica, dejando abierta la posibilidad de tener insumos técnicos de baja gama, clones o de origen chino, los cuales no siempre son óptimos o no cumplen con las exigencias de artistas.

Dicho lo anterior, la propuesta de este modelo es adaptarse a las plataformas establecidas. Sin embargo, igual se pretende dejar un precedente para futuras intervenciones o actualizaciones de los catálogos de Convenios Marcos, donde se consideren los factores técnicos, territoriales y políticos a la hora de implementar un festival desde el sector público.

5.2.3 Gestión legal y permisos

Dentro de la legislación chilena, el primer cuerpo legal que viene a referirse al concepto de espacio público es la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones, mediante una definición muy general dentro de los primeros articulados (artículo 1.1.2, Título 1), y posteriormente dentro de la clasificación de tipos de uso de suelo en su Título 2, de la Planificación. No existe referencia alguna al espacio público en los cuerpos legales de mayor jerarquía, que en orden ascendente son la Ley General de Urbanismo y Construcciones, el Código Civil y la Constitución Política del Estado. En particular, el Código Civil se remite a establecer una clasificación de los tipos de bienes según su propiedad, entre los cuales identifica aquellos bienes nacionales de uso público y las diversas categorías de bienes privados, incluidos los fiscales. *“Asimismo, dentro de otras leyes relevantes al tema el concepto de espacio público no aparece como tal. La mayoría hace referencia a la definición y caracterización de los tipos de bienes, públicos y privados, como en los casos de la Ley de Concesiones, la Ley de Financiamiento Urbano Compartido, la Ley de Bases Generales de Medioambiente y la Ley Orgánica Constitucional de Municipalidades.* (Ministerio de Vivienda y Urbanismo, 2009, pág. 17). Esta última, sin embargo, establece un rol vital para los municipios en materias relacionadas con el espacio público, puesto que le asigna al gobierno local la responsabilidad de desarrollar sus instrumentos de planificación y preocuparse por el aseo y ornato de la comuna, la protección del medioambiente, el turismo, el deporte y la recreación, además de ocuparse de la administración de bienes, incluidos los de uso público.

Definido el espacio a usar, la gestión legal requiere de la solicitud de permiso. Esto está muy ligado a las normativas y circulares dictadas por la gobernación, sin embargo se pueden encontrar patrones jerárquicos comunes a la hora de generar solicitudes en el espacio público, informando en primer lugar a la municipalidad. Luego de esto, es necesario elevar el formulario para la gobernación una vez confirmado el espacio con la municipalidad. Esto se debe respetar así, cumpliendo con los protocolos de una correcta gestión legal.

Por otro lado, la estructura jurídica con la que se desarrollará el festival es primordial para proyectar cuál será la matriz de financiamiento público y privado que se utilizará. Dado que cada fondo, convenio o aporte, dependiendo de su naturaleza, será pertinente a distintas estructuras jurídicas que le entregarán una mayor o menor flexibilidad a la organización para llevar adelante la producción del festival.

Ante el aumento de actividades o eventos que demandan el uso de espacios públicos, se ha hecho necesario establecer un procedimiento para ordenar la utilización de lo que se denomina Bien Nacional de Uso Público- B.N.U.P. Es así como distintos municipios, a través de sus departamentos o áreas de cultura, han generado sus propios “Comité de Permisos Municipales”. Se trata de un ente colegiado responsable de analizar la factibilidad de los eventos en la vía pública, integrado por diferentes direcciones municipales, facultado para otorgar o rechazar autorizaciones de actividades. Los Comités de permisos funcionan de manera permanente. Tienen carácter consultivo y resolutorio, donde se privilegiarán los lineamientos y énfasis de la gestión centralizando la información y asegurando que ninguna unidad municipal comprometa la autorización ni el apoyo de recursos municipales o patrocinio a actividades privadas o públicas, sin consultar previamente a dicho comité. A ellos se les debe informar en primera instancia la realización de la actividad y generar la solicitud de los espacios. Va a depender del municipio si este tiene un formulario definido, impreso o digital para la solicitud y aunque es una medida estandarizada, no todos los municipios la poseen. Sin embargo, sirve como una buena referencia.

Para la gestión de permisos en el espacio público, se debe tomar en cuenta que las actividades en el bien nacional de uso público – BNUP, pagan derechos municipales basados en la Ordenanza. Así mismo considerando la naturaleza de la actividad, ésta puede quedar sujeta a entrega de una boleta de garantía, la cual también puede quedar exenta de acuerdo al tipo convenio u acuerdo que se sostenga con el municipio. Por cierto que se debe tomar en consideración que no todos los espacios solicitados están disponibles o habilitados para realizar actividades.

Cuando se presenta una solicitud, se debe indicar idealmente tres lugares alternativos para su realización como opción. Por otra parte, y no menos importante, se debe considerar que los comités de permisos municipales sesionan una o dos veces por semana. Por esta razón, se debe considerar los ingresos de solicitudes de acuerdo a la fecha de ingreso y calendario de sesión, lo que puede retrasar la emisión del permiso o solicitud.

Una vez informado al municipio y elevada la solicitud, nuevamente dependiendo de la naturaleza del evento, se debe solicitar a la Subsecretaría del Interior un permiso para realizar eventos masivos., “...quien debe velar por las materias relativas a la seguridad y orden público, al crimen organizado y todo lo relacionado con la coordinación territorial de Gobierno.” (<http://subinterior.gob.cl/subsecretario/>, 2018), a través de los gobiernos regionales y provinciales de las Intendencias Regionales.

Ahora bien, cada país tiene sus propios requisitos para considerar un evento como masivo y sus respectivas normas para que se pueda llevar a cabo. En Chile, se considera evento masivo aquel que espera reunir 3.000 o más personas, o bien cumpla con algunas de estas características, “Se realiza en lugares que no están destinados de manera permanente para el uso que se quiere dar, como por ejemplo, aquellos que no son locales permanentes de esparcimiento. Requiere adoptar medidas especiales de seguridad de los participantes, asistentes y bienes.” (<https://www.chileatiende.gob.cl>, 2018). Si bien la Intendencia Regional está a cargo de otorgar este permiso, participan de la decisión la Autoridad Sanitaria, Carabineros de Chile y otros servicios, dependiendo del tipo de evento masivo. Si las características del evento o los informes emitidos durante la etapa de revisión obligan a otras medidas especiales, los organizadores deben adoptarla, incluyendo, por ejemplo, acceso a transporte público, permisos municipales o bien revisión de bomberos o de la Superintendencia de Electricidad y Combustible (SEC). Si se prevé que el evento pueda ocasionar alteraciones al tránsito vial, la Intendencia Regional envía a la Secretaría Regional Ministerial de Transporte una copia del Acta de autorización, con el fin de que genere un informe de impacto vial e informe sobre dichas materias y sugerencias sobre medidas a adoptar en el caso específico. Siempre es recomendable enviar, previo a la solicitud formal, una carta informativa a las instituciones correspondiente, lo que facilitará en algunos casos la gestión de solicitudes.

Ya una vez ingresado los formularios con los antecedentes del proyecto de evento masivo debidamente completado, se debe enviar una copia al Cuerpo de Bomberos correspondiente. Como también, en el caso de que se manipulen alimentos, que se presentan ante la autoridad sanitaria correspondiente, se debe emitir un último informe en la prefectura de Carabineros, quienes son los encargados de emitir el informe de factibilidad del evento, el cual debe incluir:

La directiva de funcionamiento debidamente aprobada por la Prefectura de Carabineros de Chile en cumplimiento a lo establecido por el D.S. N° 93 del año 1985 del Ministerio de Defensa Nacional. También debe incluir el acta de solicitud del evento masivo presentada en la Intendencia Regional, adjuntando el informe suscrito por un profesional experto en prevención de riesgos.

En el caso de estas dos solicitudes, en los últimos años, al igual que para temas técnicos, han surgido una serie de empresas de seguridad y guardias, quienes se encargan exclusivamente de generar dichos ingresos e informes, lo que sin duda ha sido un aporte en esta materia facilitando ingresos y la correcta realización de eventos masivos. Sin embargo, aún queda al debe una mayor profesionalización de estas empresas en regiones.

Finalmente, hay que decir que es imperativo presentar la solicitud del evento a la Intendencia respectiva con al menos 30 días hábiles antes de la fecha de realización de la actividad. En el caso de la autoridad sanitaria, se debe presentar con 15 días hábiles de anticipación, mismo plazo para Informar a la prefectura de Carabineros detalles del evento. Aquí es muy importante señalar la individualización de los organizadores, lugar, fecha y horario de realización. Si se trata de un lugar cerrado o de asistencia limitada, debe indicar la cantidad aproximada de asistentes según entradas que se espera vender o entregar; o si se trata de un lugar abierto, libre ingreso. Por último, hay que indicar si se contempla o no la venta de bebidas alcohólicas y comestibles, precisando las cantidades y autorizaciones sanitarias. Así mismo, si el festival o evento será en un recinto cercano al mar, playa o muelle, se deben emitir informes a Carabineros y a la Armada, pero esta última es la encargada de fiscalizar, por lo que corresponde a su jurisdicción y no a carabineros.

5.2.4 Planificación y programación

Los festivales se han convertido en eventos claves, en los que confluyen multitud de factores, con la dificultad de logística que esto conlleva; y la organización de una red de proveedores además de las medidas de seguridad cada vez más rigurosas, donde lograr hacer un festival con éxito dependerá del engranaje de cada una de las piezas. Todas las personas, procesos, elementos y decisiones son importantes y deben compartirse para que haya conexión y sincronía. Por esta razón definir la planificación y programación de los equipos de trabajo es muy necesario, indispensables como también las responsabilidades que cada trabajador tendrá. Esto es lo que delimitará la dinámica de relaciones entre cada área, para garantizar funcionalidad y operatividad en la etapa de ejecución del proyecto.

Con un diagnóstico claro y habiendo determinado la viabilidad del proyecto, se enfrenta la planificación, la cual constituirá una hoja de ruta del curso de la acción, considerando todos los acontecimientos que se deben enfrentar *“Con un plan tendremos la seguridad de que estaremos actuando racionalmente, con un punto de referencia que guiará nuestro desempeño a la hora de ir concretando acciones mientras se cumplen las condiciones”* (Pirozzi, Antonino, 2015, pág. 163). La planificación es *“La decisión anticipada sobre lo que deberá hacerse, quien deberá hacerlo y cómo se hará”* (Pirozzi, Antonino, 2015, pág. 165)

Esta fija sus plazos, recursos y organización del equipo o trabajadores, reduciendo la incertidumbre de tomar decisiones por adelantado, minimizando riesgos. *“Cuando no hay planificación o cuando esta no es completa o detallada, se enfrentará el proceso de producción a tientas, debiendo abordar innumerables imprevistos, resolviendo infinidad de problemas, mediante la utilización de medios que bien pudieron haberse ahorrado”* (Pirozzi, Antonino, 2015, pág. 164)

Esto permitirá coordinar la gran cantidad de acciones que se deben enfrentar en un ambiente como la producción de festivales, donde la simultaneidad y el apremio del factor tiempo está siempre presente, así por lo tanto, la planificación es un ejercicio de previsión operativa que ordena el trabajo en equipo, dentro de un calendario. Ahora esta no debe considerarse como una definición inamovible e inflexible, muy por el contrario, debe tenerse presente que puede actualizarse, ajustarse o modificarse cuando sea necesario, siendo un ejercicio que se repite en el tiempo y sobre ella se regresará cuantas veces sea necesario, adecuarla a los acontecimientos, sean externos, internos, climáticos o imprevisibles. Por más que se esfuerce un equipo en planificar un futuro más o menos incierto, sólo se podrá llegar a un punto de la planificación futura y es aquí donde la experiencia y la habilidad del productor opera para solucionar imprevistos. Si esto acontece, no quedará mayor opción que detener la marcha, evaluar la situación, ajustar el plan y luego continuar considerando que la planificación debe desarrollarse una y otra vez y no por haber obtenido con relativo éxito un primer plan, la situación sucederá exactamente como esté dispuesto.

Para generar una mejor planificación nos basaremos en el modelo propuesto por (Cerezuela, David Roselló i, 2007, pág. 164)

13. Planificación de la producción del proyecto

PREVISIÓN DE TAREAS

- Identificación detallada de las tareas a realizar.
- Agrupación de las tareas (funcional, temporal, espacial, usuarios,...).
- Secuenciación de las tareas (cuales van antes y cuales después).

TEMPORALIZACIÓN DE LAS TAREAS

- Tiempo máximo previsto.
- Tiempo mínimo previsto.
- Tiempo óptimo-medio.

ASIGNACIÓN DE RESPONSABILIDADES

- Asignación de cada tarea a una persona o equipo.

ESQUEMAS DE TRABAJO

- Cronograma / diagrama de Gantt / diagrama de barras.
- Diagrama PERT o diagrama de Roy.

PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN DEL PROCESO DE PLANIFICACIÓN

- Indicadores para su evaluación (Cumplimiento del cronograma, ...).
- Mecanismos de medición.
- Temporalización.

Por otro lado, la programación de un proyecto es un factor primordial de éxito, como lo sostiene Antonino Pirozzi, quien dice que *“las operaciones de un evento cultural requiere la misma atención y dedicatoria que un complejo proyecto de ingeniería”* (Pirozzi, Antonino, 2015, pág. 169). Ello, porque permite visualizar los tiempos y plazos con la cual se puede disponer de una mejor manera de los recursos.

Programar significa reducir el número de alternativas que se presentan a unas pocas o las más eficientes, en un proceso que no exceda los plazos establecidos. No sólo lo que concierne al manejo de tiempo, sino que también al manejo de recursos financieros. Ahí la programación se constituirá en el principal elemento de referencia para el control de procesos de producción en cualquier etapa futura. *“Los elementos constitutivos básicos de un programa son actividades relacionadas a hitos”* (Gerardo Santana, 1986, pág. 19). Los hitos, por su parte, corresponden a acontecimientos que se establecen como marcas referenciales, normalmente corresponden a situaciones puntuales, que no consuman recursos ni tiempos. La formulación de un programa requiere la combinación de estos elementos establecidos en una línea de tiempo, con plazos y fechas de inicio y término. Por lo tanto es necesario conocer su duración.

Habitualmente no se manejan datos muy exactos, lo que obliga a generar estimaciones en base a experiencias pasadas y tendencias presentes. De cualquier forma, la programación resulta de la asignación de estos plazos donde se debe considerar el manejo, los imprevistos y el control. Esto determinará la calendarización, lo que hace necesario relacionar los hitos y momentos con las fechas del calendario vigente considerando feriados, festivos e imprevistos locales, *“Este proceso de calendarización hace aplicable cabalmente la programación y facilita el control de la evolución del proceso en cualquier momento”* (Pirozzi, Antonino, 2015, pág. 176). La programación se realiza a través de técnicas específicas. Estos sistemas suministran un resultado estableciendo el curso de acción y también constituyen el más importante referente de control de los procesos. La extensión y aplicabilidad dependerá de varios factores y, en el mejor de los casos, se recomienda generar un desglose general, donde se determine el detalle que sea compatible con la capacidad y la necesidad del proceso.

Los más recomendables a considerar son:

- Actividad o antecedente precedente
- Actividad siguiente
- Actividad paralela
- Actividad independiente
- Término
- Comienzo
- Fin

Si durante la producción del festival se logra que los procesos y las dinámicas de trabajo de cada uno de los roles, funcionales y operativos, respondan a los criterios y orientaciones de lo que previamente se ha definido (dando autonomía para avanzar y a la vez conexión para no perder el rumbo) quiere decir que se ha generado una buena planificación y programación; sin embargo dada la multiplicidad de posibilidades de acción y la limitada disponibilidad de recursos, es necesario elegir racionalmente qué alternativas son mejores considerando los valores que sustenta a los entes involucrados en producción y a la capacidad de gestión.

5.3 Públicos

5.3.1 Públicos y audiencias en conciertos en Chile

Para el desarrollo de la cultura musical y sus disciplinas, contar con audiencias es primordial, puesto que de no ser así, las manifestaciones carecerían de sentido desde el punto de vista del fomento en el acceso a bienes culturales. Aunque son una minoría respecto a la población general, cada vez más chilenos asisten a conciertos. Buscan en ellos una experiencia de comunión emocional diferente a la que encuentran ante otras artes; facilitada por una oferta impensada hasta hace poco años en el país. Quiénes asisten y qué quieren escuchar son parte de una tendencia dinámica que hoy redefine por completo la relación entre creadores y audiencia. Por audiencias no nos referimos únicamente al acto de estar presente en un espectáculo sino que también supone una participación y capacidad de entendimiento e interpretación, por lo que podemos definir a la audiencia como un público que está recibiendo el mensaje de forma activa en un proceso. Por lo que la masa y el público son individuos susceptibles de convertirse en audiencia. Cuando nos referimos a masa hablamos de un grupo de individuos heterogéneo, variable en sus características, necesidades e intereses. Mientras que cuando hablamos de público o audiencia indicamos un grupo que comparten cualidades y tienden a la homogeneidad. Podemos estar refiriéndonos a un grupo elegido pero que tal vez no tiene disposición para recibir el mensaje; al hablar de audiencia podemos estar hablando de personas con mayor interés en la información.

Junto a lo anterior la fuerza que ha cobrado en los últimos años la música en vivo como área de negocios, difusión cultural y recreación, está lejos de estancarse en cifras definitivas. El circuito de productoras, festivales, giras y transmisión en torno a la música en vivo se ha complejizado de tal manera, que las estadísticas de estudio del fenómeno cambian con velocidad año tras año, y asombrando incluso a los cercanos a la industria. En todas las versiones de la encuesta nacional de participación cultural *“la proporción de la población que declara haber asistido a conciertos de música popular o actual supera el 25% alcanzando un máximo de 30% en la encuesta 2017.* (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2017, pág. 101). No obstante, cabe señalar que más de un tercio de la población (35%) nunca ha ido a ver un espectáculo de música actual. Este aumento constante se explica por la paulatina transformación de Chile en

una plaza de conciertos competitiva, en comparación con el de hace sólo quince años, donde nuestra peculiar idiosincrasia en vías al desarrollo ha añadido a esta realidad un factor aún más odioso: el del elitismo o segregación por el poder adquisitivo. No es sólo que ir a conciertos internacionales en Santiago sea caro en varios casos más caro que en cualquier otra ciudad del mundo sino que éstos se han cargado de una parafernalia publicitaria y promocional que ha terminado por asociar a la música en vivo, mucho más con una aspiración de compra o estatus que a una manifestación cultural. Es difícil que Santiago pueda revertir a estas alturas este aparejamiento entre conciertos y lucro. Pero es una oportunidad para el surgimiento de iniciativas como este modelo de festivales públicos, el cual junto con fortalecer y fomentar la participación cultural emerge como una oportunidad de reivindicar la música en vivo, como una manifestación natural independiente de quien pueda pagar por ella y extender la participación fuera de las urbes y la capital.

5.3.2 Identificación de destinatarios en el territorio

Según lo anterior y en base al análisis territorial visto al inicio de la presente AFE es que se hace imprescindible para la creación, la formulación del modelo de festivales en el espacio público, analizar las audiencias que comparten un mismo espacio - tiempo del territorio, para identificar a los destinatarios del festival de música.

Los públicos se constituyen igualmente de personas que comparten un mismo lugar, reunidas en torno a experiencias comunes. En cambio, “las audiencias” desbordan en actos masivos, donde es más relevante la cantidad. Ante lo cual resulta clave reconocer a los destinatarios. Para determinarlos se debe hacer un planteamiento profundo a la hora de conocer bien las características que lo definan, ya que no existe en la actualidad ningún proyecto cultural que abarque a todo los públicos de un determinado territorio. Cada público tiene intereses y gustos diferentes que requieren de ofertas distintas. Ahí radica poseer el perfil de nuestros destinatarios estableciendo una segmentación de la población general según los parámetros que determinemos. Estos definirán una serie de factores para la implementación del festival, ya sean temas, estilos, horarios, valores y difusión entre otros. Como plantea Rosello, *"Más que el público, a veces debemos conocer nuestro «No Público», o sea, aquellas personas que no son usuarias de nuestro proyecto pero que queremos incorporar"* (Cerezuela, David Roselló i, 2007, pág. 111). Ante lo cual se puede llegar a establecer diferentes niveles de destinatarios.

- Público fiel: usuario habitual que consume música o festivales y asiste a conciertos en su territorio.
- Público interesado: aquella persona que no siendo usuario ni público fiel posee un interés especial hacia festivales o conciertos musicales de música.
- Público potencial: personas que no asiste a encuentros de música en vivo, pero sabemos que pueden llegar a interesarse en los festivales de música.
- Público indiferente: no muestra el más mínimo interés en la música ni los festivales de música.
- Público hostil: está informado y sabe respecto a festivales y música pero se muestra contrario a los planteamientos básicos.

En algunos casos y dependiendo del contexto y perfil del festival público a implementar, conviene diferenciar al beneficiario del proyecto, “*Aquella persona que recibe los efectos positivos del proyecto* del usuario, aquella persona que participa en el desarrollo de las actividades del proyecto” (Cerezuela, David Roselló i, 2007, pág. 112).

En término de estudios y mediciones, en Chile se cuenta con dos importantes herramientas; el informe anual de estadísticas culturales desarrollado por el INE y la encuesta Nacional de Participación Cultural. La primera recibe información directamente de la instituciones y la segunda responde a una consulta ciudadana. Los datos que arrojan estos estudios son cuantitativos y resultan esenciales para la programación de políticas culturales. Ambas herramientas son claves a la hora de analizar los consumos e intereses de las regiones, pero no entregan sus contextos para reconocer a sus habitantes o se sientan integrados a la hora de instalar o generar un festival, como también resulta gravitante reconocer a los habitantes, sus intereses y entornos. Así mismo resulta importante identificar los públicos fijos y los movibles, como el caso de Calama donde la gran mayoría de los músicos están relacionados con la minería y sus turnos, lo que dificulta los ensayos e incide en la asistencia de públicos a conciertos y consumo cultural. Teniendo estas condiciones por contexto, resulta interesante el modelo utilizado por Escuelas de Rock y Música Popular, quienes en el primer año de arribo a un territorio con estas características instan a participar a todos los actores del sector de la música en regiones, con quienes comparten sus talleres. Gracias a ello logran reconocer a los actores claves, proveedores y gustos musicales de la zona. Una muestra de aquello es lo acontecido el 2016 con su proceso de formación en Magallanes, donde en sus análisis previos se vislumbró una incipiente pero masiva escena Ska en Punta Arenas, lo que terminó incidiendo en la banda de cierre del festival "desde el ruido Austral". Y fuera de dicho estilo musical, se reportó una asistencia para su primera versión de mil personas, durante cinco horas de música.

Dentro de los análisis de públicos, los instrumentos de medición ayudan a identificar qué tan envejecidas están las ciudades y regiones como también cuántos extranjeros o turistas visitan la zona, lo que se traduce en público flotante, que de todas maneras incide en el consumo cultural. Esto, porque entre residentes y visitantes externos puede establecerse una relación de complementariedad de demanda conjunta, lo que hace posible el evento o, incluso, la interacción cultural al compartir una misma experiencia desde ópticas distintas en temporadas de alto consumo turístico, lo que incide en la medición final de asistentes. De todas formas, dicha interacción suele ser superficial, pero puede llegar a ser profunda si se programan espacios y actividades seminarios o talleres interactivos donde contrastar miradas, opiniones o entablar relaciones como muy bien lo ha realizado el Festival Fluvial en la ciudad de Valdivia, cuyo concepto es música y ciudad.

Para apoyar la interacción con la comunidad residente, el festival puede desarrollar estrategias de fidelización con sus audiencias locales en base a potenciar el concepto festivo y la interacción entre el evento y el lugar donde se celebra, pero todo dependerá del análisis del entorno y cuán mayor sea la observación de datos. Así, cuando se trabaje en el “concepto” ya se tendrá una base firme entre el análisis territorial y el análisis de público donde se instale el festival.

Finalmente, ya identificados los públicos y la audiencia a quién irá dirigido el festival, se tiene que tener suma cautela con la recolección de datos de asistencias finales y previas al encuentro, ya que en este contexto es cuando surge el concepto de participación cultural, el cual *“emerge como una categoría fundamental para una comprensión más profunda de las distintas maneras de experimentar la ciudadanía para vivir la cultura”* (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2017, pág. 23).

5.4 Concepto

5.4.1 Concepto de la intervención

El concepto de *ethos* es el corazón de un festival o intervención, es el que da coherencia y proyección. *“Un festival puede tener un tamaño más o menos grande, ser comercial o rompedor, especializado, interdisciplinar o ecléctico, clásico o contemporáneo; poco importa la opción tomada, pero es esencial que su línea artística sea coherente y clara”* (Bonet, Luis, 2011, pág. 11) .

No es raro encontrar personas en este sector, que piensan que realizar un festival o intervención artística es un lujo que sólo se dan instituciones u organizaciones que manejan grandes recursos financieros o plantas de personal y presupuesto de marketing. Grave error. Precisamente, una institución con muchos recursos se puede permitir el lujo de resolver sus errores sacando recursos adicionales en cualquier momento. *“Una entidad más limitada deberá asegurarse muy bien de sus opciones y procedimientos son correctos desde el principio”* (Cerezuela, David Roselló i, 2007, pág. 39)

En el caso de los festivales o intervenciones que nacen desde el Estado, por lo general responden a una política, homenaje, celebración o una necesidad de dar fortalecimiento o visibilidad a un sector determinado, con independencia del género o especialización estética. Por de pronto, un festival se define artísticamente en función de una diversidad de variables claves, como su capacidad para programar e interrelacionar los intérpretes locales. Bonet plantea cinco criterios básicos que articulan y caracterizan los eventos y sus propias estrategias de diseño, basado en los criterios de Claude Vauclaire:

1. La presencia de la creación artística
2. La tipología, gestión y ampliación de los públicos
3. La inversión en un lugar y un territorio determinado
4. La concentración en el tiempo y la creación de una unidad de tiempo propia: la reiteración de lo efímero.
5. La rareza o excepcionalidad del evento y sus actividades

Todas estas clasificaciones o factores informan sobre la variada tipología de festivales existentes, y permiten agruparlos en función de su orientación o mirada, más o menos centrado en los aspectos organizativos, artísticos, estratégicos o de impacto social, territorial y cultural. Más allá de esta cuestión central, cabe tener en cuenta que no todos los festivales persiguen implícitamente la misma misión ni objetivos. El entorno político-institucional, económico y tecnológico, el dinamismo y vitalidad del sector artístico local, la tradición existente, así como las necesidades y hábitos culturales de la propia población, influyen en el desarrollo de un festival.

Ya con una dirección u orientación clara, se debe analizar aparte de la dinámica territorial, los antecedentes previos, documentación programática o si ya se han realizado intervenciones similares, evaluar como funcionaron y si fallaron buscar el motivo de su fracaso o falta de concreción. A falta de documentos programáticos, la observación del conjunto de materiales que configuran el evento (programa de mano, imagen pública, política de comunicación, presentación en la web y en otros documentos públicos, formatos de financiación o de relación con otras instituciones, entre otros) permite vislumbrar algunas orientaciones posibles. A grandes líneas es posible diferenciar los festivales en función de una mayor o menor orientación hacia lo artístico, lo social, lo financiero, los elementos de prestigio, o la consecución y la satisfacción de la audiencia.

El punto central es determinar un hito diferenciador, algo que salga de lo establecido adaptándose a las capacidades y vicisitudes climáticas del entorno. Por ejemplo, es imprescindible que en regiones de más al sur de Chile el espacio donde se desarrolle el festival o intervención sea techado o cuente con calefacción. Además, debe contar con condiciones sonoras o de amortiguación sonora o incluso ingresos y estacionamientos para la carga y descarga de equipos, principalmente en gimnasios o recintos que no estén preparados para recibir presión sonora o públicos masivos.

Una buena forma de mitigación de lo señalado es generar festivales en espacios abiertos, para lo cual se debe tener especial cuidado en calendarizar en alguna fecha donde el clima sea favorable. En este punto, lo hecho por Fluvial en Valdivia es un buen ejemplo, ya que al

emplazado en la región de los ríos, donde la lluvia es parte del entorno natural, la organización optó por calendarizar el festival, en sus 2 versiones, durante la primera semana de diciembre, época cuando la lluvia amaina.

De todas formas, no siempre es fácil clasificar un festival en función de su orientación, *ethos* o calendarización, dado que por razones de imagen o de concreción del proyecto, a menudo prefieren presentarse bien como eventos polifacéticos hábiles para lograr todo tipo de objetivos, o priorizan públicamente la dimensión artística de los mismos, en especial en el discurso ante los medios y la opinión pública.

Los festivales de música suelen apoyarse en un número de cierre potente, que aporte convocatoria atrayendo un público directo que legitime la apuesta y ayude a financiarlo. Siendo el público, en un sentido amplio del término, la razón de ser de un festival pues va unido al concepto de participación.

El concepto del festival marcará la pauta de su duración, intensidad y ubicación. El sentido que se le dé marcará profundamente la gestión del festival en cuanto a su logística, ubicación y tamaño de sí mismo. Cuanto mayor sea la cantidad de días, volumen o tipología, más complejo será gestionarlo. Ya que será el punto de inicio de la planificación y programación.

Una de estos componentes es la línea editorial, que adquiere una gran relevancia ya que da cuenta de la mirada y búsqueda que el festival pretende desarrollar sobre una determinada disciplina o dimensión social, con la cual se consolida como agente territorial. La ausencia de esta línea podría significar una constante monotonía de su programación o la realización de una actividad “hito” misceláneo, sin un hilo conductor o coherencia que permita al público vivir la experiencia que significa este tipo de eventos en un territorio. Afectando su continuidad, en este sentido, muchas veces los festivales independientes realizan una política cultural más eficaz que los que dependen de la administración pública, pues pretenden ser mucho más que un gran evento en el calendario. Un buen ejemplo es lo acontecido en Chile con el extinto programa “Chile más Cultura”. Este programa, que estuvo vigente entre el 2005 y 2010, creó una serie de conciertos masivos en las capitales regionales, donde alrededor de un gran escenario, tocaban

bandas regionales y una banda masiva de cierre se mostraba la mayor cantidad de manifestaciones culturales de la región, pasacalles, exposiciones, fotografías. Lo que sin duda en sus primeras versiones generó una reactivación cultural pero sin embargo la falta de identidad regional, sentido o pertenencia fue uno de sus mayores errores, ya que durante su vigencia no dejó de ser un escenario grande donde tocaban elencos durante 1 ó 2 días sin mayor sentido que presentarse, por ello no tuvo mayor continuidad en regiones y , llegada una nueva administración en 2011, hizo desaparecer el programa, resaltando que con independencia del género o especialización estética, un festival no sólo asegura continuidad si no que una vez que se define una línea editorial clara, se obtiene como resultado una potencial red de alianzas capaces, en el mediano y largo plazo, de contribuir en la consolidación del festival.

No obstante, tener la línea editorial clara no define el éxito total del festival. Una de las principales dificultades seguirá siendo la medición de impactos, la cual debe dar cuenta de manera “real” de las repercusiones generadas. Es aquí donde comienza una de las mayores problemáticas existentes en los distintos festivales. Por esta razón, con el fin de poder resolver esta problemática, es fundamental pensar la planificación de los indicadores cualitativos y cuantitativos que permitirán medir las repercusiones o impactos que generará el desarrollo del festival. Estos indicadores y sus datos, servirán de apoyo para la toma de decisiones, estableciendo la necesidad de medir y evaluar de manera continua el trabajo, como también el cumplimiento de metas. Estos resultados luego serán reportados a la comunidad, aliados y colaboradores. Desafortunadamente en la actualidad existen pocos festivales que expliquen su misión o línea editorial donde, se vean objetivos concretos y estrategias de corto y mediano plazo. Sólo se dispone de breves textos genéricos, llenos de argumentos retóricos y objetivos ambiguos que se usan en presentaciones ante los medios de comunicación y web institucionales, lo que dificulta evaluar el nivel de congruencia. Pero más allá de esta cuestión central, cabe tener en cuenta que no todos los festivales persiguen la misma misión ni objetivos. El entorno político institucional económico, el dinamismo y vitalidad del sector artístico local, así como los hábitos culturales de la propia población, influyen de manera fuerte en el concepto en que el festival pueda enmarcarse. En la actualidad los festivales prefieren presentarse como eventos polifacéticos, donde más que un concierto de artistas lo diferenciador es brindar una experiencia para públicos bajo un sentido integrador.

5.4.2 Comunicación

La estrategia de comunicación de un festival parte de su propia singularidad, donde el concepto que ya hablamos anteriormente da sentido para promocionarse como un evento excepcional. En función del emplazamiento donde se instale el festival, variará la estrategia mediática, ya que un festival no ocupa el mismo lugar en una gran ciudad que un sector rural o suburbio con baja densidad de oferta cultural.

El prestigio del evento, de los elencos o el artista de cierre también son factores comunicacionales claves. La ventaja de los festivales en relación a los teatros, auditorios y centros culturales con programación estable, es la mayor capacidad de brindar una experiencia atrayendo a personas poco familiarizadas con los espectáculos en vivo, generando empatía y transmitiendo una emoción, donde el contexto del espacio o la programación adquieren un realce particular. Toda estrategia de comunicación pretende posicionar, a escala nacional o internacional, la marca o imagen de un festival atrayendo a un público masivo que legitime o justifique la inversión. Desde el sector público, sin embargo, esto genera una serie de limitaciones, ya que va a depender del contexto político o territorial, si existen restricciones para imprimir papelería, o saturados departamentos de diseño y comunicaciones que no entreguen a tiempo imágenes, diseños o comunicados. Es aquí donde la estrategia de redes sociales comienza a tener mayor realce. Prácticamente todos los festivales con una gestión profesional disponen de plataformas virtuales y equipos específicos para amplificar la estrategia online de comunicación. Cuando se habla de comunicación, no sólo se refiere a imagen, diseño y pauta periodística, sino también a la forma en que se presenta el festival en los medios y el realce del discurso basado en su *ethos* o concepto. El equipo que trabaja esta área tiene diferentes especificidades, cada día más dinámicas y nuevas. Por ejemplo hace diez años el concepto community manager no existía, ni las transmisiones vía streaming, las cuales están teniendo una serie de restricciones de parte de los propios elencos, pero más importante aún es cómo se debe considerar la forma en que el área de comunicaciones está presente antes, durante y post festival. Esta es la pauta que se presentará a continuación, la cual sirve tanto para festivales públicos como privados.

Pre producción (antes)

1. Diseña la estrategia integral de comunicación: el plan de medios, gira de medios, productos a realizar, géneros, formatos, plataformas de distribución y difusión, equipo humano, tiempos y responsables de la ejecución.
2. Produce la identidad gráfica y discursiva del festival, atendiendo la naturaleza del mismo, para luego producir piezas como: video promocional, micro de radio, flyers, afiches, backing, pendones, aviso de prensa, otros. Elabora nota de prensa y dossier de información con datos generales y específicos del festival. Los cuales serán utilizados para distintos fines.
3. Planifica y ejecuta punto de prensa, lanzamiento oficial.

Producción (durante)

1. Garantiza el registro del evento según las capacidades del festival. Lo ideal es que haya un buen registro fotográfico, audiovisual y sonoro.
2. Establece comunicación con producción artística para pautear entrevistas o fotografías.
3. Recibe, orienta y acredita a los periodistas y medios.
4. Realiza, para redes sociales, la cobertura de lo que ocurre, tanto en el escenario, como en su entorno montaje, llegada de artistas, público y backstage

Post producción (despues)

1. Genera y difunde piezas que den cuenta de los mejores momentos del festival: videos, nota de prensa, crónicas, galerías, audios. Resalta asistencia de público.
2. Genera informe sobre el alcance de la promoción, que debe tener estadísticas de las plataformas digitales, índice de productos, banco de imágenes, entre otros.
3. Anuncia la continuidad o fin del festival.

5.5 Producción

5.5.1 El proceso de y la producción

El proceso de la producción es el momento cuando el festival comienza a tomar forma y se pone en marcha. Producción desde un punto de vista de la administración se define como la instancia que diseña y aplica los métodos más pertinentes para la elaboración de productos.

En la gestión cultural la producción siempre se ha visto como una entrega de servicio, externalizando esta área, sin embargo este proceso es el que permite que el producto final sea más que la suma de insumos y herramientas, puesto que un proceso está definido como una sucesión de operaciones que se deben revisar, algunas de las cuales pueden acontecer prácticamente de manera simultánea. Las primeras etapas están enfocadas a la gestión conceptual que debe realizar el equipo de producción o director del festival; la segunda etapa son más de programación y ejecución enfocadas en la operatividad y; por último la evaluación.

Pre producción

Es la fase inicial, donde fracasan la gran mayoría de los proyectos al no analizar lo que hay que hacer. Se termina haciendo lo que se puede y se malgastan recursos dispuestos. Esta primera etapa es la materialización de los procesos de planificación y programación y, una vez definida la idea, buscado el concepto del festival, se comienza de lleno en la pre producción. Allí se define el curso que tomará el festival, se continúa o se desecha. Una evaluación crítica y real de lo que se quiere lograr, es la bajada del papel a la realidad, la gestación de la idea, la búsqueda del concepto. En esta fase se ve si normativamente se cumple con los requerimientos y permisos para luego pasar al diseño y especificación de métodos que se aplicaran. Esta fase incluye ensayos, montajes, cargas, cálculos de staff y elencos.

La pre producción se puede dividir en 4 sub etapas: definiciones iniciales, analisis y diagnóstico, estudio y factibilidad, viabilidad y planificación.

La primera etapa es el primer ciclo de los proyectos, ya que dentro de esta etapa se encuentra la conceptualización del festival, se evalúa si el proyecto es viable o no desde el punto de vista organizativo, técnico, económico y se reafirma si con lo disponible se puede hacer lo propuesto y qué puede faltar para su concreción. Así como también se define el tiempo de preparación, estrategias de promoción, comunicación y, como se vio en el punto anterior, la imagen del festival.

Información principal:

Para estimar los presupuestos y poder comenzar a trabajar sobre la producción, debemos tener presente cierta información, como puede ser:

- Artista o artistas que intervendrán
- Recinto donde se va a realizar (abierto o cerrado, público o privado...)
- Fecha
- Rider del artista, donde se establecen los requerimientos técnicos y de hospitalidad.

Producción

Corresponde a la etapa de ejecución y control, comprende la materialización de lo que ha sido planificado: dónde coordinar las operaciones, siendo lo esencial de esta fase, dónde se llevan a cabo las acciones de carácter artístico creativo, compra de material, su contratación y pago de permisos. Aquí se ponen en curso todos los recursos y medios previstos para la materialización del proyecto.

Además, en esta etapa el equipo y planificación se ponen a prueba, ya que se debe coordinar tanto el equipo técnico como el humano de la forma más correcta posible. En esta fase el montaje técnico y de seguridad deben estar finalizados así como también los ensayos y pruebas de sonido. En algunos casos se considera desde la apertura de puertas, pero es mejor considerarlo desde el inicio del día, chequear todos los ítems y factores críticos posibles para que el evento se desarrolle. Mientras menos se entere el público de lo que sucede y menos sepa de los imprevistos, mejor será realizado el trabajo. Muy importante es que un festival público tenga una lista de cotejo con todo lo solicitado en las licitaciones o compras. Estos se deben fotografiar para facilitar las recepciones conforme e informes finales.

Bien podría pensarse que esta etapa no demandará mucho si ya se ha realizado una buena pre producción, sin embargo, es un momento altamente demandante desde la coordinación que esto requiere, donde un más mínimo fallo puede transformarse en un grave problema. Aquí es donde se requiere que el equipo humano y staff técnico deben moverse sincronizadamente frente a las complicaciones que se irán encontrado y ante variables e imprevistos que surjan. Esta etapa culmina cuando el último elenco finaliza su presentación luego, comienza la post producción.

Resumiendo, para poder hacer la producción el día del evento, se necesita tener toda la pre-producción en orden:

- Permisos en orden
- Planes de seguridad elaborados
- Necesidades del artista
- Horarios de pruebas y concierto
- Datos del promotor, artista, equipo técnico...
- Necesidades de personal cubiertas: dirección de producción, personal de trabajo en altura (climbers, riggers, etc.), personal de carga y descarga, backliners, stage manager, personal de montaje y desmontaje y la hospitalidad para el equipo.

Todo esto se debe haber elaborado en un calendario, planificado y confirmado con cada persona implicada.

Post Producción

Un festival es una actividad finita, tiene un inicio y un final, por lo que debe verificarse que no quede nada pendiente por cerrar, de esta manera, esta fase es el cierre del ciclo y se inicia desde que termina el último elenco en presentarse para pasar de inmediato al desmontaje y entrega de los espacios. La seguridad inicia su desmontaje y comienzan a irse todos los elencos y trabajadores. De inmediato se debe comenzar a gestionar pagos e informes, cancelando lo que falte. No se debe dejar de tomar registro de los últimos desmontajes y entrega de espacios. Y finalmente es necesario comenzar con la evaluación.

Se debe considerar siempre los plazos de pago en la administración pública es desde los 30 días emitidos y recepcionado facturas y boletas.

5.5.2 Equipo de producción

El equipo de producción es un punto trascendental en el desarrollo de este modelo, pues por lo general cuando el Estado realiza una compra, licitación o adjudicación, deja la tarea de concretar el festival a un productor externo o, en algunos casos, a algún funcionario que por lo general no posee las competencias para asumir la misión de producir y concretar la intervención, asumiendo un rol más de fiscalizador que de productor. Esto acaba siendo un error, pues al no poseer la experiencia necesaria, o no tener la información o compromiso con el proyecto, termina afectando el desarrollo del festival, generando más gastos o en algunos casos, más problemas en terreno. Por ello lo que se recomienda en el presente modelo es contar con un equipo de producción desde el inicio. *“... las instituciones y las organizaciones dedicadas a la implementación de programas, a la organización de eventos, la gestión de proyectos y la presentación de espectáculos requieren cada vez más del trabajo de especialistas en el campo de la gestión, la producción y la difusión para diseñar, elaborar y dar coherencia al proceso que conlleva presentar una obra de teatro, una pieza de danza un evento musical o algún espectáculo multidisciplinario* (De León, 2004, pág. 19). Si bien hay que reconocer que desde hace bastante tiempo en nuestro país se viene impartiendo asignaturas relacionadas con la producción de espectáculos y eventos culturales, el mero aprendizaje formal de técnicas de gestión y producción no es suficiente. El desempeño de un productor está sustentado en experiencias o prácticas de campos, que posibiliten la adecuada gestión del festival. El debe asesorar la construcción técnica de compras y licitaciones, junto con asumir un compromiso con el proyecto, estando atento a cualquier cambio o vicisitud que se presente.

Con la llegada de los mega festivales a Chile en 2011, la diversidad de productores se ha ampliado, en nuevas áreas, según sean las necesidades de los festivales siendo también una oportunidad, ya que esto ha contribuido a la especialización e integración de la producción como una parte importante de gestión cultural y no sólo como una parte de la concreción de los proyectos o festivales. Sin embargo, dada la realidad de los festivales públicos, éstos terminan adquiriendo doble o hasta triples funciones, ante lo cual se puede enunciar las áreas y roles de producción que un festival público como mínimo debe tener para concretarse.

A continuación se detallan las tareas que cada productor debe desarrollar en la pre, durante y post producción de un festival; cuales son: Dirección General, Productor Ejecutivo, Productor General, Productor Técnico, Productor Logístico.

A) Dirección General: Puede ser el director de área o programa, no necesariamente debe ser el productor general. El rol de un director general o director del festival, está supeditado a la relaciones de confianza con políticos de referencia, ámbito municipal, gobernadores y concejales en la mayoría de los casos. Un director asume el doble rol de director artístico y ejecutivo, su rol crece en protagonismo y responsabilidad a medida que el festival adquiere prestigio. Por lo general, este debe poseer un carácter fuerte, ya que debe tener la visión integral de todo el evento y es responsable de la toma de decisiones que garantice la ejecución del plan de trabajo. Muy importante es contar con un asistente

Pre producción:

1. Genera las condiciones para la construcción colectiva del proyecto y la ejecución del festival, convocando a reuniones generales, por y entre áreas de trabajo.
2. Consolida el proyecto del festival.
3. Propone responsabilidades conforme a las virtudes y aptitudes de cada integrante de la organización.
4. Gerencia y coordinación el equipo de trabajo, garantizando que las decisiones tomadas por el grupo organizador sean llevadas a cabo.
5. Coordina la planificación, organización y desempeño, principalmente de la producción ejecutiva y la producción general.

Durante el festival:

1. Acompaña el desarrollo del evento, verificando el normal progreso de los procesos en cada área.
2. Ayuda a la resolución de los problemas o imprevistos que puedan presentarse.

Post producción

1. Verifica que las tareas de esta etapa se cumplan, para lo cual se debe pensar en relevos que acompañen desde el desmontaje y cierre con proveedores, hasta la redacción de la nota de prensa final.
2. Prepara, junto a la producción ejecutiva, un informe de rendición de los recursos invertidos, las ganancias, las pérdidas, generando un balance técnico administrativo del evento.
3. Convoca a reunión general de los equipos para hacer balance del desempeño de cada área.

B) Productor Ejecutivo: tanto en la administración pública como en la privada ha crecido el rol del productor ejecutivo, “...corresponde a una persona que por sus funciones, generalmente asociadas a la producción artística dentro de una determinada institución u organización, asume las funciones de productor, pero desde una postura administrativa y en representación de la institución” (Pirozzi, Antonino, 2015, pág. 89).

En él recae la concreción y generación de insumos técnicos, económicos y administrativos. Correcto es señalar que la gran mayoría de programas junto al sector público cuenta con administrativos más, carecen de la experiencia de estar en terreno o en un festival. Por ello genera más retraso al no entender la magnitud de los problemas o requerimientos que un festival público de alta complejidad técnica posee. En tal sentido es importante generar una inducción previa pues, su tarea es obtener, generar y administrar los recursos tangibles e intangibles necesarios para el desarrollo del festival, generando siempre mecanismos de transparencia del uso de recursos. Dentro de su equipo debe contar con administrador y secretaria.

Pre producción:

1. Realiza los términos de requerimientos, o servicios de compra, licitaciones y busca de proveedores, genera un dossier de patrocinio, para búsqueda de apoyo, que contenga: descripción del festival, alcance, programación, fotos y lista de servicios.
2. Diseña formas, busca alianzas, formas de intercambio con otras organizaciones, además de gestiones institucionales y todo lo necesario para garantizar los recursos indispensables para el desarrollo del festival.
3. Cruza la información del mapeo de aliados del festival y los requerimientos emanados de cada área, con el objeto de establecer acuerdos según las posibilidades del proveedor y las demandas del festival.
4. Contacta y lleva la relación con los posibles proveedores y colaboradores.
5. Analiza los presupuestos solicitados por la producción general para establecer qué servicios se pueden o no contratar.
6. Elabora presupuesto general del festival.
7. Es responsable de elaborar y finiquitar los contratos con elencos

Durante el festival:

1. Acompaña los proceso del festival, desde la disponibilidad de productos o insumos hasta los cortes de caja.
2. Garantiza que cada área cuente con su caja chica, para solucionar imprevistos.

Post producción:

1. Envía cartas de agradecimiento a los patrocinantes y colaboradores.
2. Realiza, junto a la Dirección General, rendición de los recursos invertidos; generando un balance técnico-administrativo del evento.
3. Es responsable y da seguimiento de que los pagos a proveedores y elencos de tal manera de que se cursen

C) Productor General: Corresponde al productor que ha alcanzado un alto grado de especialización producto de su experiencia. Su rol recae principalmente durante la ejecución del festival, por lo que hace seguimiento a las áreas operativas del festival y está controlando su correcta ejecución de acuerdo a los tiempos establecidos. Por otro lado se encarga de la generación de permisos, por lo que está en constante coordinación con el equipo de seguridad

Pre producción:

1. Solicita un proyecto por área de trabajo, que incluya: cronograma de actividades, requerimientos técnicos, locaciones, equipo humano, gastos generales y un plan de acción.
2. Realiza un cronograma general de actividades
3. Revisa junto al Director y Productor Técnico las locaciones del festival y sus requerimientos para el montaje general. Aquí debe verificar la factibilidad de los requerimientos de las otras áreas.
4. Solicita a la Producción Artística los rider de los elencos y los analiza, junto a la producción técnica, para entregar contrarider a los artistas.
5. Se reúne con los proveedores para establecer: fechas de montaje, recibimiento de insumos, desmontaje y entrega de espacios.
6. Se reúne con el equipo de seguridad interna para determinar el plan a aplicar.
7. Se reúne con los cuerpos policiales para establecer dinámicas de trabajo.
8. Genera una base de datos con los contactos (teléfonos y correos) de los responsables del festival: productores, proveedores, cuerpos de seguridad y atención médica, entre otros.

Durante el festival:

1. Establece la pauta de trabajo del equipo de producción. Horas de llegadas, descansos y cierre del evento diario.
2. Verifica que cada área de trabajo esté cumpliendo sus tareas.
3. Alerta sobre cualquier dificultad o imprevisto que afecte el desarrollo del festival.

Post producción:

1. Acompaña el proceso de desmontaje.
2. Apoya en la realización del informe de rendición administrativa y del balance general.

D) Producción Técnica: Es una de las áreas más importantes del festival pues tiene la tarea de prever requerimientos técnicos para cada área, por lo que la materialización del proyecto recae sobre su responsabilidad. En la actualidad ya no se concibe una producción o festival sin los insumos técnicos mínimos, por lo que dentro de su perfil debe poseer conocimiento de escenografía, prevención de riesgos, electricidad, sonidos, acústicas, montaje y equipamiento técnico.

Pre producción:

1. Realiza el diseño del montaje del festival (debe conocer con detalle la locación, medidas y situación del terreno), estableciendo áreas de conciertos, foros y talleres, ferias y áreas de trabajo en un mapa 2D o plano general.
2. Construye un rider técnico de todos los requerimientos para el montaje: estructuras de soporte, tipo de tarima, iluminación, sonido, puntos eléctricos, toldos, camerinos, mesas, sillas, baños portátiles, barricadas, etc.
3. Junto al productor general, convoca y coordina el equipo técnico para el montaje, los conciertos y/o espectáculos.
4. Junto a la producción general, determina las pautas de las presentaciones artísticas, foros, talleres y todas las actividades presentes en el festival.

Durante el festival

1. Acompaña a los responsables del área técnica en la ejecución de sus tareas y está atento a los detalles técnicos de última hora.
2. Vela porque el personal técnico esté dispuesto en cada área según los horarios establecidos.

Post producción

1. Coordina el desmontaje general: escenario, camerinos, stands, otros.
2. Entrega reporte de los incidentes

El productor técnico dirige el staff técnico del festival y debe contar, según la magnitud del festival, con un equipo mínimo para el desarrollo de este. Cabe señalar que se nombran los roles en inglés, para que puedan ser reconocidos en cualquier lugar pero no es el caso ahora de entrar en esos detalles.

Staff técnico mínimo necesario

- A. Stage Manager: Asistente de dirección técnica. Es la persona encargada del escenario.
- B. Asistentes de Stage manager, (rodies)
- C. Sonidista de sala (Operador de audio).
- D. Sonidista de Monitores (Mezcla los sonidos para los músicos).
- E. Diseñador de Iluminación y Escenario.
- F. Operador de Video o Pantallas.
- G. Master Riger (tramoyista).
- H. Stage Hands (cargadores).
- I. Electricista

C) Producción Logística: el área de la logística es la responsable de atender las necesidades del transporte, alimentación y alojamientos de los elencos y el equipo. Es un área dinámica con gran capacidad para resolver imprevistos. Esta variará según la magnitud del festival, es decir debe coordinar llegadas a los aeropuertos nacionales o internacionales, generar las reservas de hoteles y disponer de servicios de van y transporte, acorde a la magnitud del evento.

Pre producción:

1. Calcula cantidades de alimentación e hidratación en función de un listado del equipo implicado en la producción del festival (contemplando días de pre producción, montaje, producción del festival y desmontaje).
2. Contacta a proveedores que puedan prestar el servicio de la alimentación, en caso de que el grupo organizador no posea una unidad de cocina a la que se pueda integrar un equipo que realice tales alimentos.
3. Entrega presupuestos o costos de lo requerido a la producción ejecutiva. Se comunica con la producción general para establecer la propuesta de catering que se les puede ofrecer a los artistas.
4. Solicita al resto de las áreas aquella información sobre los requerimientos de hospedaje (cantidades, datos, fechas).
5. Conformar un equipo de trabajo para la atención diaria, por áreas, durante el festival. También designa a un encargado para la entrega de acreditaciones al personal.

Durante el festival

1. Recibe y organiza todos los insumos (alimentación, hidratación, otros)
2. Garantiza que cada persona del equipo se alimente oportunamente.
3. Entrega acreditaciones.
4. Atiende requerimientos como: movilización, compras mínimas imprevistas de materiales como: baterías, cables, bombillos, otros.

Post producción

1. Coordina los check out de los elencos.
2. Coordina los regresos de los elencos y sus procedencias.

Si bien un productor de eventos culturales no tiene que dominar todos los campos de conocimiento, es necesario que adquiera herramientas que le permitan actuar con propiedad, de acuerdo a las exigencias que tenga la intervención o festival, ya que ésta requiere del aporte de saberes pertenecientes a otras disciplinas mucho más desarrolladas, cuya combinación permita concretar el festival.

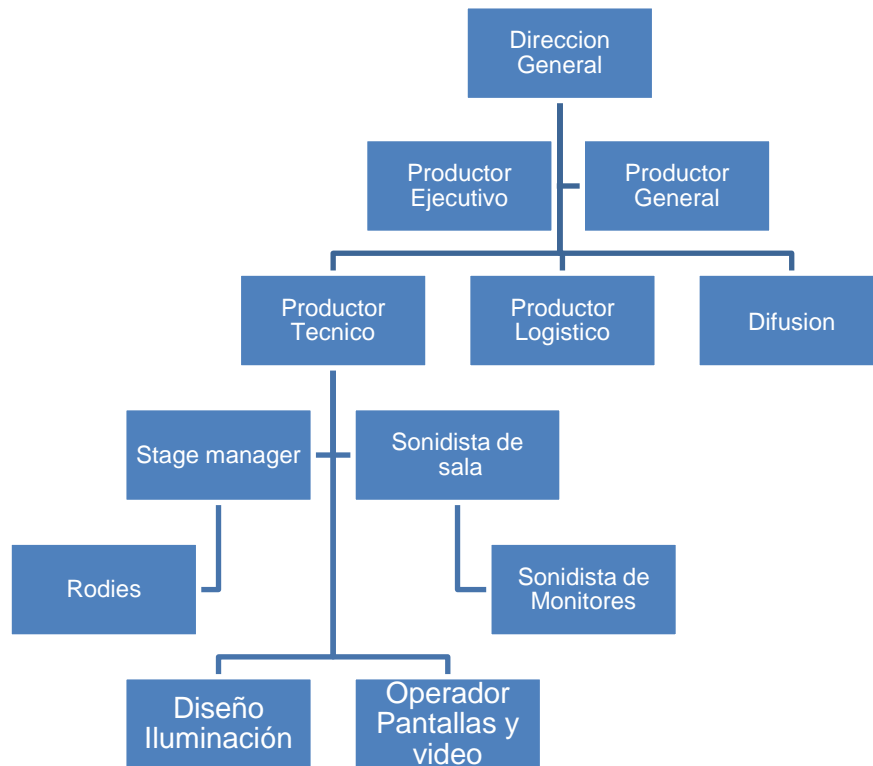
Las 5 áreas anteriores son la más importantes para poder generar un festival en el espacio público; sin embargo, como se mencionó al principio, existen una serie de nuevos roles de producción que muchas veces están asimilados dentro de estas 5 áreas. Algunos de ellos son:

Producción Artística: Vela por todo lo relacionado a las presentaciones artísticas del festival.

Mantenimiento y prevención: comprende al equipo de Mantenimiento y Limpieza que acondiciona el espacio. También comprende al equipo de prevención y control que se encarga de mantener el ambiente de calma y tranquilidad.

Organigrama

Figura 3



Elaboración propia

5.5.3 Requerimientos técnicos de Infraestructura

Los escenarios en los festivales de música han ido creciendo y cambiando en los últimos años, adaptándose a vicisitudes físicas del terreno como extremas localidades de nuestro territorio, instalándose en inhóspitos lugares con diseños y estructuras originales. Estas áreas se diseñan y elaboran por un staff de artistas creativos, técnicos e ingenieros que pasan varios meses planeando ingredientes extras para estimular los sentidos de sus asistentes.

La tecnología ha dado pasos de gigante y ahora se puede ser testigos de una evolución en macro estructuras. Las producciones audiovisuales ahora son de nivel cinematográfico, las escenografías se convirtieron en estructuras jamás antes vistas y los diseños de iluminación junto con una buena ejecución, dan un resultado innovador.

Adicionalmente, es importante señalar el avance que en Chile se ha tenido en los últimos años respecto a esta área. Durante los años 90 era muy común traer equipamiento desde Brasil o Argentina, viajando junto con los mismos artistas, para las esporádicas visitas de elencos internacionales, sin embargo, poco a poco se fue profesionalizando, y adaptando los espacios, debido a los altos costos y exigencias de infraestructura, en tal sentido, se puede hablar de un antes y un después desde el festival Maquinaria, en octubre del 2010. Este evento que se celebró con tres escenarios repartidos en el Club Hípico, que se transformó en el primer festival chileno de música realizado a la usanza de los que ya, por ese entonces, se habían popularizado en Estados Unidos y Europa. Chile dio muestras de poseer profesionales e infraestructura a la altura para dicha envergadura, situación que fue avalada con la instalación del festival Lollapalooza en Chile el 2011. De ahí en adelante los festivales se instauraron como un modelo exitoso en el país, produciéndose más de una veintena de ellos en el último año 2017.

Por su parte las capitales regionales no han quedado atrás, en cuanto a implementación técnica. De hecho Antofagasta e Iquique se encuentran en la vanguardia técnica en regiones, por sus posiciones territoriales, Iquique al ser zona franca y Antofagasta ante la alta demanda de eventos que solicitan las mineras. También éstos se han visto con el surgimiento de casinos en las regiones, donde a la llegada de elencos internacionales exigentes, se ha generado el desarrollo y surgimiento de proveedores especializados en backline, iluminación y luces. Aunque esto igualmente tiene sus repercusiones pues los valores varían de acuerdo a la zona

geográfica. Por ejemplo, existen carencias técnicas en algunos lugares, lo que genera traer equipos de otras regiones, encareciendo los costos, lo cual no facilita el desarrollo local. Cuando se produce un festival público, este factor es trascendental, por ello tanto o más importante es saber si dentro del territorio existen proveedores con experiencias en eventos y si están inscritos en Convenio Marco o por medio de licitación para esto, lo más recomendable es buscar al artista más complejo y cumplir su rider técnico y ficha de escenario. A partir de dicha información se debe construir el contra rider para los demás elencos. Otro aspecto a considerar, es buscar un espacio donde los escenarios hayan funcionado y no revista mayor complejidad logística ni técnica. Ver como opción, si es la primera versión, un teatro existente y mejorar su infraestructura técnica. Esto va muy ligado a la territorialidad, por ejemplo si se va a realizar un evento en Arica, donde el clima es prácticamente bueno todo el año, aglomerar a la gente en un teatro puede resultar poco atractivo pues el público está acostumbrado al espacio abierto.

5.5.4 Presupuesto y control financiero

La formulación del presupuesto de producciones es un tema sensible. Por un lado una adecuada planificación financiera asegura la optimización de los recursos dispuestos, por otro, cuando se gestionan patrocinios o convenios que encierran un doble compromiso, pues es necesario rendir los recursos dispuestos.

Cuando se realiza el estudio del terreno o lugar donde se generara la intervención, es muy importante tener un catastro de proveedores, ojalá inscrito en Convenio Marco. Esto permite tener más opciones y más de un presupuesto técnico, siendo muy importante si dichos proveedores cuentan con staff técnico capacitado y con experiencia. Como se ha mencionado, parte del equipo y el productor ejecutivo generan el presupuesto general en base a lo que los otros productores comuniquen.

La formulación presupuestaria comienza por un proceso de identificación de recursos, que demanda la ejecución versus los recursos disponibles y convenios que permitan llegar al óptimo planificado. Así se formula una estrategia de financiamiento, en caso de que falten recursos y, por otro lado, se proyecta una estrategia de control.

Así mismo, es muy importante a la hora de la estimación de costos, considerar los impuestos que se deben pagar, ya sea por contratación de recurso humanos o arriendo de servicio, al IVA (Impuesto de Valor Agregado), permisos municipales, boletas de garantía por uso de espacio, como también los derechos de autor y, en caso de ser un Convenio Marco o licitación pública, se debe considerar siempre un 20% de ganancia del proveedor.

Por cierto, no existe una sola manera de presentar los gastos y el presupuesto. La práctica irá dando alternativas, lo importante es que los datos se registren y se presenten con claridad y precisión. Sin embargo cuando se trabaja con fondos públicos hay que tener exclusivo cuidado con este punto, por lo que es imperativo evitar que cuando se revise la rendición se generen confusiones.

CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

La generación de chilenos que hoy ronda los cuarenta años de edad, recuerdan con precisión los conciertos de su temprana juventud como el de Rod Stewart, Silvio Rodríguez, Los Prisioneros, el Festival de Amnistía, entre otros. Probablemente no tanto por las excepcionales características de cada puesta en escena, ni la épica entonces esbozada ante la multitud, por el contrario, parecían entonces citas grandiosas y especiales porque eran, en realidad, escasos encuentros distanciados cronológicamente entre sí, cuya singularidad garantizaba un efecto emocional poderoso, el cual atesoraban por meses.

Hoy Chile es una plaza de conciertos competitiva, en marzo de este año se celebró la octava versión de Lollapalooza con una asistencia histórica de 240 mil personas en tres días. Aunque detrás de cada festival confluyan muchas circunstancias particulares, el gran aumento de número de festivales entre 2010 - 2018 puede explicarse por su relativamente bajo riesgo social y político. El Estado, bajo el alero de la participación cultural, ha generado una serie de festivales musicales masivos; sin embargo, la inexistencia de un modelo de festivales públicos y procesos claros para gestores culturales, que se ven enfrentados a procesos de producción es el devenir de la presente AFE. Lo más importante es cumplir con su objetivo general, el de proponer un modelo de producción de festivales musicales en el sector público para gestores culturales que trabajan en producción, se trata de situar el trabajo de la producción como una función estratégica de la labor que desarrollan los gestores culturales a nivel nacional, evitando así que sea desagregado y confinado a una externalización de servicios de producción de eventos, carente del acervo de conocimientos que confiere la disciplina.

No obstante, la mayoría de los festivales considera que su principal misión es artística, pues es el aspecto que da más prestigio y reputación. El alcance de dicho objetivo puede buscarse más allá de los públicos o de los profesionales del área, y no está mal que así sea pero no hay que olvidar que la misión de un festival es educar, crear audiencias, subir la calidad de los artistas, consolidar nuevos géneros, o tendencias artísticas, renovándose y adaptándose a las nuevas circunstancias. *“Un festival debe buscar algo más que notoriedad, debe apoyar y potenciar el tejido cultural del resto del año”* (Bonet, Luis, 2011, pág. 16).

Si bien la continuidad es el punto de inflexión de los festivales públicos, así como también su financiamiento, en la actualidad nada asegura la permanencia en el tiempo de un festival público. Sí se puede garantizar, por medio de una serie de procesos y sugerencias, basados en experiencias en territorio y regiones de Chile presentado en esta propuesta de modelo, el éxito de intervenciones musicales masivas en el espacio público. La continuidad de un festival, sea público o privado, es uno de sus mayores factores de riesgo no obstante el pasado marzo, REC (Rock en Concepción), el auto denominado festival público gratuito más grande de Chile, celebró su tercera versión con un aporte de fondos públicos de 1.397 millones de pesos. Con un plan de desarrollo territorial y con eximios aportes de Sernatur y alianzas con el mundo privado. Dicho festival generó una asistencia de 70.000 personas por día. Según cifras oficiales, 130.000 personas en 2 días, pero dada la contingencia política actual y el cambio de autoridades no tiene asegurada su continuidad en una nueva versión 2019. Sólo se podrá saber hasta que esté asentada la nueva administración y apruebe su continuidad y nuevo presupuesto.

Sin embargo, en el caso de festivales públicos que ya tengan asegurada su continuidad, se puede generar un desglose de recomendaciones basadas en factores que faciliten ésta, tales como:

- **Información Online:** continuidad post festival, manteniendo activa las redes sociales y atentos a los seguidores de distintas plataformas web, generando una presencia online durante el año en curso sobre la nueva versión del festival.
- **Locación estable:** resulta clave mantener o fijar la locación del festival para una nueva versión, estudiar la viabilidad de continuar en el mismo lugar y analizar si ésta no generó inconvenientes ni impactos adversos en el territorio. De esta manera se genera arraigo sobre el espacio público. En el caso de que el festival comience a crecer en sus audiencias y espacio y ya no resista la carga de públicos, será necesario ver la factibilidad de un cambio de locación, sin embargo, siempre es recomendable escoger un espacio que dé continuidad en el tiempo.
- **Renovación del Line up:** otra recomendación de continuidad es basarse en la línea editorial del festival. Esto implica buscar artistas atrayentes según el concepto desarrollado para la próxima versión, teniendo especial énfasis en no ser muy reiterativo con los elencos a presentarse en cada nueva versión.

Sobre este punto, dada la magnitud de la escena musical y la difícil selección de programar elencos internacionales a festivales públicos, junto a los pocos elencos nacionales que reportan una alta asistencia de público, es recomendable que éstos no se repitan de una versión a otra. Si el contexto así lo amerita, es necesario considerar la edición de un disco nuevo y un rango de presentaciones seguidas en los últimos 6 meses. Sin embargo, siempre es recomendable alternar un rango de versión por medio o cada 2 años de su visita.

Por lo anterior, esta propuesta de modelo pretende ser un aporte para la gestión cultural nacional, promoviendo el incremento de asistentes a los festivales musicales, el aumento de la participación cultural y ser una guía para nuevos gestores culturales no sólo en Chile, sino en Latinoamérica, donde el surgimiento de festivales musicales públicos es importante. De hecho en el último tiempo ha tenido un aumento y surgimiento en sectores donde antes no existían como Perú y Bolivia.

Cabe señalar que la presente AFE se acoto solo a eventos musicales, dejando la opción y posibilidad para que en un futuro se propongan modelos de festivales públicos en otras disciplinas artísticas, lo que queda como un oportunidad para futuros gestores culturales estudiantes del magíster, ya que tanto la demanda como la participación cultural solo ha crecido en los últimos años y todo apunta a que continuará en ascenso, por lo que se hace aún más necesario mirar a futuro y diseñar modelos de intervención en el espacio público que se puedan aplicar a distintas disciplinas. Esto también es un punto a desarrollar en el recién establecido Ministerio de las Culturas las Artes y el Patrimonio.

Finalmente, la propuesta del presente modelo pretende entregar herramientas para el desarrollo de festivales públicos de música, a través de una serie de procesos y sugerencias, basado en experiencias en territorio y regiones de Chile. Con sus vicisitudes particulares y oportunidades, ayuda a generar una activación e incentivo para el fomento de la participación cultural y la creación de más festivales en regiones, con transparencias y articulaciones claves.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

- Bonet, Luis. (2011). Tipologías y Modelos de gestión de festivales. In L. Bonet, *La gestión de festivales escénicos. Conceptos, miradas debates* (S. 41-87). Barcelona: Gesc{enic.
- Canclini, N. G. (2009). *Lectores, Espectadores e Internautas*. Barcelona : Gedisa.
- Cerezuela, David Roselló i. (2007). Diseño y evaluación de proyectos Culturales. In D. R. Cerezuela, *Dalesiseño y evaluación de proyectos Culturales* (S. 154). Barcelona: Ariel, S.A.
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2014). Cultura en Red, Una década de teatros y centros culturales públicos. In C. N. Artes, *Cultura en Red, Una década de teatros y centros culturales públicos* (S. 10). Valparaíso: CNCA.
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2009). *Encuesta nacional de participación cultural*. Santiago: Unidad estudios y documentación departamento planificación y estudios.
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2016). *Política Nacional del campo de la música 2017-2022*. Santiago: Consejo Nacional de la cultura y las Artes.
- Consejo Nacional De la Cultura Y las Artes. (2017). *Encuesta Nacional de Participación Cultural 2017*. Santiago: Consejo nacional de la cultura y las artes.
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2017). Encuesta Nacional de Participación Cultural 2017. In C. N. Artes, *Encuesta Nacional de Participación Cultural 2017* (S. 101). Santiago: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes- Instituto Nacional de Estadísticas. (2017). *Estadísticas Culturales Informe anual 2016*. Santiago: Consejo Nacional de la Cultura y la Artes.
- De León, M. (2004). *Espectáculos escénicos. Producción y difusión*. DF México: CONACULTA.
- Espinosa, I. (1985). *Historia secreta de Santiago de Chile*. Santiago
- Gerardo Santana. (1986). *Introducción a la programación y control de obras de construcción*. Universidad de la Serena: Ediciones Universidad de la Serena.
- GOLDBLATT. (1997). Special Events. Best practices in Modern Event Management,. In G. JOE, *Special Events. Best practices in Modern Event Management*. New York.
- Ministerio de Vivienda y Urbanismo, D. d. (2009). Espacios Públicos, Recomendaciones para La gestión de proyectos,. In D. d. Ministerio de Vivienda y Urbanismo, *Espacios Públicos, Recomendaciones para La gestión de proyectos*, (S. 45). Santiago: Ministerio de Vivienda y Urbanismo.
- Pirozzi, Antonino. (2015). *Diseño de Producción proyectos escénicos y eventos culturales*. Santiago: Ediciones Universidad Finis terrae.
- R, B. (2018). Modelo para la producción de festivales musicales en el sector público. Valparaíso.
- Roccatagliata, & Rojas. (2016). MUSIMAPP. Santiago: Universidad de Chile.

Documentos

- Bogotá Como Vamos. (25. Agosto 2014). *Bogotá Como Vamos*. Von Bogotá Como Vamos:
<http://www.bogotacomovamos.org/blog/la-importancia-de-rock-al-parque/> abgerufen
- FRITZ, K. D. (2013). <http://www.outrostempos.uema.br>. Von
<http://www.outrostempos.uema.br>:
http://www.outrostempos.uema.br/OJS/index.php/outros_tempos_uema/article/view/285 abgerufen
- Garcia, M. (agosto 2011). *Observatorio Cultural*. Von Observatorio Cultural:
<http://www.observatoriocultural.gob.cl/revista/3-articulo-2/3-la-fuerza-de-la-musica-en-vivo-analisis-de-datos-estadisticos-del-area-conciertos/> abgerufen
- Rosengren, K. B.-K. (1997). *cinco tradiciones en busca del publico*. Barcelona: Gedisa.
- Sesento, L. (2012). <http://www.eumed.net>. Von <http://www.eumed.net>:
http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/lsg/concepto_modelo.html abgerufen
- Shone, A. & Parry, B. (2004). *Successful event management: a practical handbook*. Thomson, London.
- Zallo, R. (1988). <https://abelsing.wordpress.com>. Von <https://abelsing.wordpress.com>:
<https://abelsing.wordpress.com/2011/04/05/industrias-culturales/> abgerufen

Sitios Web

- Adimark. (Abril 2016). <http://www.adimark.cl>. Von <http://www.adimark.cl>:
<http://www.adimark.cl/estudios/documentos/musica%20chilena%202016.pdf> abgerufen
- COSTA, J. M. (10. 03 1981). <https://elpais.com>. Von <https://elpais.com>:
https://elpais.com/diario/1981/03/10/cultura/353026811_850215.html abgerufen
- EMOL. (22. 12 2016). <http://impresaelmercurio.com/>. Von <http://impresaelmercurio.com/>:
<http://impresaelmercurio.com/Pages/NewsDetail.aspx?dt=2016-12-22&dtB=22-12-2016%200:00:00&PaginaId=18&bodyid=3> abgerufen
- <http://subinterior.gob.cl/subsecretario/>. (1. Marzo 2018).
<http://subinterior.gob.cl/subsecretario/>). Von <http://subinterior.gob.cl/subsecretario/>:
<http://subinterior.gob.cl/subsecretario/>) abgerufen
- <https://www.chileatiende.gob.cl>. (6. Febrero 2018). <https://www.chileatiende.gob.cl>. Von
<https://www.chileatiende.gob.cl>: <https://www.chileatiende.gob.cl/fichas/3784-solicitar-autorizacion-para-realizar-eventos-masivos>) abgerufen
- Marujo, N. (2017). <http://www.scielo.org.ar>. Von <http://www.scielo.org.ar>:
http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322015000100003 abgerufen
- Metropolitana, Intendencia Region. (16. octubre 2015).
<http://www.intendenciametropolitana.gov.cl>. Von
<http://www.intendenciametropolitana.gov.cl>:
<http://www.intendenciametropolitana.gov.cl/media/2015/11/Circular-Evenos-Masivos-N%C2%B0-28-a%C3%B1o-2015.pdf> abgerufen