

Orientaciones a Gestión de
Proyectos Culturales

Jefe División de Cultura
Claudio di Girolamo Carlini

Coordinadora Area de Descentralización
Claudia Zaldívar Hurtado

Edición General
Claudia Zaldívar Hurtado

Redacción y Producción
Patricio Cerda Gutiérrez

Registro de Propiedad Intelectual N° 121.761.
I.S.B.N.: 956-7933-75-8.
Derechos Reservados – Prohibida su Reproducción

Esta es una publicación del Area de Descentralización Cultural de la División de Cultura del
Ministerio de Educación.

Santiago de Chile, 2001.

INDICE

I. INTRODUCCIÓN	
¿Cómo Hacer de mi Idea un Proyecto? _____	5
II. UN PROYECTO	
1. Etapas de un Proyecto _____	6
• Diagnóstico _____	6
• Objetivos y Contenido _____	7
• Planificación _____	7
• Implementación y Producción _____	7
• Evaluación _____	8
2. Formulación y Diseño de Proyectos _____	9
• Objetivo General _____	9
• Objetivos Específicos _____	10
• Fundamentación _____	10
• Focalización _____	10
• Estrategia y Acciones _____	11
• Formulación y Diseño _____	11
• Presupuesto _____	12
• Resumen _____	15
III. PRESENTACIÓN DE PROYECTO	
• Carta de Presentación _____	16
• Carpeta de Presentación _____	16
• Entrevista _____	17
IV. FINANCIAMIENTO... LOS RECURSOS	
• El Patrocinio _____	18
• Los Auspicios _____	19
• La Colaboración _____	19
V. PRODUCCIÓN	
1. Etapas de la Producción _____	20
2. El Equipo y sus Funciones _____	21
3. El Montaje	
• Espacio _____	22
• Escenario _____	22
• Energía _____	22
• Iluminación _____	23
• Amplificación _____	24
• Seguridad _____	25
• Entradas _____	25

4. La Difusión	
• Plan de Difusión	26
• Contacto Directo	26
• Vía Pública	27
• Los Medios	29

VI. ESQUINAS CULTURALES	31
-------------------------	----

ANEXOS

1. Carta Gantt	36
2. Términos Administrativos - Contables	37
3. Formulario Presentación de Proyectos	38
4. Carta de Presentación	40
5. Ministerio de Educación	41
6. Fuentes de Financiamiento Cultural	42
7. Legislación Cultural	46
8. Comunicado de Prensa	47

I. INTRODUCCION

¿Cómo Hacer de mi Idea un Proyecto?

La percepción y el sentido de la realidad a la que pertenecemos, nos hacen responder de mil formas. A través de nuestra vida construimos en nosotros y en el medio acciones que van sucediéndose como elementos que cambian, modifican o hacen permanecer lo que deseamos.

Las ideas se arman y desarman entre un respiro y otro. Así, como llegan también se van. Pasamos por períodos hermosamente creativos o de transición, y eso lo sabemos porque está la sensación permanente de crear o dar forma a esas ideas, intenciones, impulsos y motivaciones.

Nuestras *ideas* muchas veces no logran llegar a un lugar seguro donde puedan crecer y desarrollarse, pasan, se olvidan, nos justificamos o nos desmotivamos. Pero cuando esas *ideas* las intencionamos y le damos la energía necesaria, se arman y crecen en ese lugar inmediato, como también en aquellos que nunca hubiésemos pensado o imaginado.

En ese camino que vamos recorriendo nos encontramos con posibilidades, alternativas y dificultades que pueden modificar nuestras actividades. En algunas ocasiones, podremos confundirnos por no haber definido claramente lo alcanzable. Luego nos damos cuenta que esa *idea* sin un *objetivo* que la impulse no tiene sentido, y que junto a ese *objetivo* se encuentran una serie de condiciones o pasos que lo van uniendo a esa *idea*. Como cuando se hace una fiesta, se organiza un evento, se realiza una muestra, se monta una obra, o también cuando jugamos, cada uno tiene un rol que se define en vista del objetivo a lograr.

Al jugar, por ejemplo, todos nos organizamos estableciendo las reglas que darán sentido a nuestras acciones, definiendo las estrategias que utilizaremos para alcanzar nuestro objetivo. Mi acción cumple una función en el armado del equipo, la relación con mis compañeras - compañeros se verá facilitada si actuamos como conjunto, en vista del sentido que le damos a nuestras energías.

Así, en la formulación de proyectos, deberemos definir claramente cuál será nuestro objetivo y cuáles las estrategias que utilizaremos para lograrlo, estableciendo ordenadamente las actividades necesarias para ello, con qué personas trabajaremos, cuáles serán nuestras tareas/roles, cuándo realizaré mi trabajo, quiénes formarán los equipos, dónde solicitaremos fondos o auspicios, quiénes serán las personas que participarán en él o en qué lugar se llevará a cabo, y así sucesivamente.

Poner en movimiento nuestras intenciones haciéndolas parte de un colectivo, puede fortalecer más aún nuestros objetivos, siempre y cuando existan metas alcanzables, donde podamos retroalimentarnos o evaluar lo que hacemos, innovando y buscando nuevos horizontes futuros, donde enfrentamos la realidad haciéndola propia e intentando modificar aquello que no nos hace felices, despertando las conciencias y movilizandolas voluntades.

Los esfuerzos conjuntos posibilitan también un mejor acceso a los recursos, siempre escasos, en vista de las fuentes de financiamiento existentes hoy en día. Es así, como podemos observar que el dinamismo en materia de financiamiento colectivo toma fuerza en la medida que nos hacemos parte de un proceso y no sólo de acciones transitorias, que no generan frutos de los cuales podamos obtener más semillas para seguir sembrando.

Dar forma a nuestros proyectos implica algunos pasos necesarios para comenzar. Por ello, mediante este documento traspasaremos una serie de instrumentos y actividades facilitadoras de los procesos, manifestaciones y gestión cultural de nuestras acciones, que nos pueden ayudar en el ordenamiento del trabajo y presentación de nuestras propuestas.

II. UN PROYECTO

En el contexto actual, a nivel cultural, existe en nuestro país una **Política** general que propone objetivos y pautas orientadoras para los diversos actores e instituciones involucradas en el proceso de desarrollo artístico y cultural, promoviendo, generando, fortaleciendo e integrando las diversas interacciones individuales y colectivas de nuestra sociedad, y su historia.

A partir de esto, se determinan **Programas** que darán sentido y estructura a dicha Política mediante líneas estratégicas. Los programas establecerán una serie de acciones a ejecutar a través de un Plan, que contemple los objetivos propuestos tomando en cuenta su alcance e impacto.

Los **Proyectos** serán, entonces, aquella materialización directa de las líneas programáticas en acciones, actividades o tareas que involucran un diagnóstico, planificación, implementación, ejecución y evaluación de determinadas ideas, que generen un impacto en una población y lugar determinado. Esta serie de pasos metodológicos también son aplicables para los programas, cuando se entienden como un conjunto de proyectos articulados en un todo.

POLITICA CULTURAL								
PROGRAMAS			PROGRAMAS			PROGRAMAS		
Proyectos	Proyectos	Proyectos	Proyectos	Proyectos	Proyectos	Proyectos	Proyectos	Proyectos

1. Etapas de un Proyecto

La gestión cultural la entenderemos como aquella que *facilita* un proceso de desarrollo cultural, mediante herramientas y actividades que permitan llevar a cabo los objetivos propuestos desde las ideas creadas. Asimismo, implica el promover un espacio de interacción entre los diversos actores culturales, desde su propia identidad, individualidad y agrupación, influyendo en el medio y generando estados de mejor condición futura para su desarrollo.

En un proyecto podemos distinguir cinco etapas de desarrollo:

1. Diagnóstico
2. Objetivos y Contenido
3. Planificación
4. Implementación y Producción
5. Evaluación

Cada una de estas etapas serán reseñadas a continuación en forma de propuesta, ya que pueden existir otras miradas o enfoques en torno a la formulación de proyectos culturales.

Diagnóstico

Como primera parte del proceso de formulación de proyectos, el *diagnóstico* es fundamental, ya que nos invita a recorrer el contexto, la situación actual, tomando en cuenta todas aquellas variables, condiciones o elementos que influyen en el medio y que nuestra acción podría modificar. Podemos verlo como una fotografía al momento presente, donde está incorporado todo lo que le pertenece.

Para realizar un proyecto viable el Diagnóstico es clave como justificación y fundamentación de nuestro proyecto.

Existen diferentes áreas para tener presente en un diagnóstico: a) Territorial; b) Histórico - Cultural; c) Dinámica Social; d) Dinámica Sectorial; e) Institucional; f) Socioeconómico; y g) Temático (por áreas de desarrollo), entre otras.¹

Un buen diagnóstico será aquel que integre de la mejor forma las características más importantes de cada área, y en especial, donde se desea focalizar nuestra acción.

La comuna de Tocopilla cuenta con una población estimada de 31.000 personas (encuesta Casen 2000). Las principales actividades productivas de la zona son.....

Objetivos y Contenido

Una vez observada la realidad más inmediata, deberemos definir el *objetivo* que proyectamos a futuro, es decir, el sentido de nuestra acción. Junto a él sumaremos los *contenidos* del proyecto, que determinaremos para alcanzar el propósito que nos hemos planteado como logro (imagen futura).

A la par de identificar ese objetivo y contenido, definiremos las estrategias u orientaciones que tendrán nuestras acciones en el tiempo. La *coherencia* necesaria para dicha construcción intentará, por una parte, que el objetivo responda a esa realidad o diagnóstico que hemos observado, y por otra, que éste sea permanente y tenga correlación con las actividades o líneas de acción que vayamos a elaborar en la etapa de la planificación.

Es el objetivo y sus contenidos los que movilizan, y dan sentido a nuestras acciones conjuntas.

Planificación

La *planificación* es entendida como un conjunto de procedimientos para alcanzar el objetivo que se quiere lograr, en forma flexible, propositiva, creativa, participativa y dinámica, dándole viabilidad y sustentabilidad a nuestro proyecto.

Existen simples pasos que deberemos dar para entender la planificación e incorporarla al trabajo. Como ya hemos visto, nuestra idea intencionada dará paso a un objetivo y, por ende, a un proyecto. Es aquí donde planificar nuestras acciones requiere una necesaria detención, que nos permita observar en base a nuestros objetivos, aquellas actividades que tendremos que realizar en el transcurso del tiempo definido, buscando anticipar acontecimientos y guardando coherencia con lo propuesto.

La planificación debe mostrar la coherencia que tengan nuestros objetivos y las actividades que se vayan a desarrollar en el proyecto.

Implementación y Producción

La *implementación* de nuestro proyecto contempla tomar en cuenta nuestra planificación con aquellas variables y condiciones a las que se deberá poner atención para llevar a cabo las actividades del proyecto. Asimismo, en esta etapa es fundamental definir las funciones y roles de los integrantes del Equipo de Trabajo, intentando encausar las capacidades del grupo en la dirección correcta, organizando y delegando funciones, para la realización y materialización del desarrollo final del proyecto.

¹ Para Diagnósticos de Proyectos Culturales se puede remitir a "Cartografía Cultural de Chile", Atlas y Directorio, División de Cultura, Ministerio de Educación, 1999.

Producir nuestro proyecto será aquella etapa en la que pondremos en práctica nuestra tarea, es decir, parte importante del objetivo del proyecto que hemos planificado y organizado, dedicándole el tiempo y los recursos necesarios para su logro. Decimos que puede ser el paso más importante de todos, ya que el fruto de las ideas y acciones estarán en el lugar fértil que quisimos para ellas.

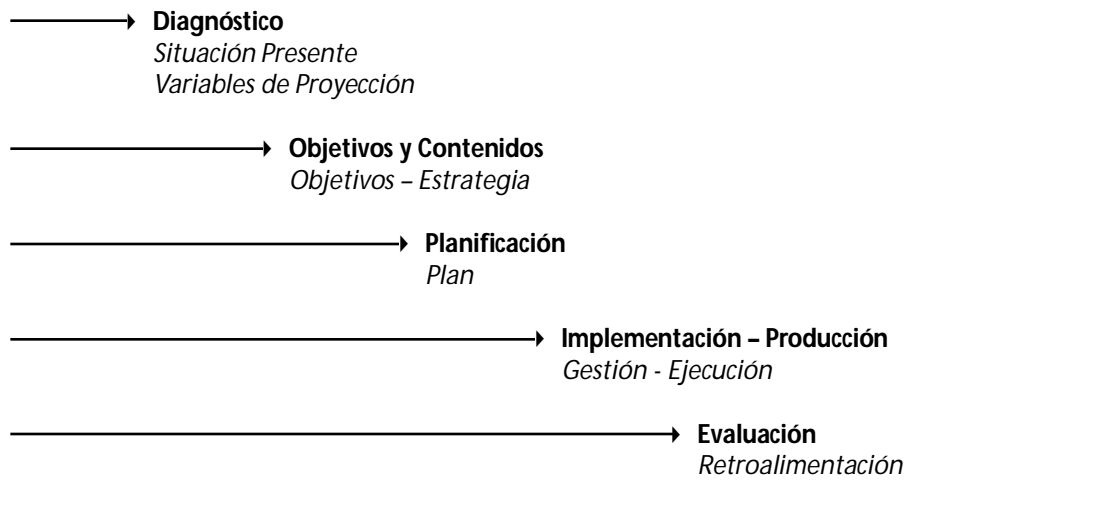
Evaluación

En la etapa de *Evaluación* deberemos considerar lo que teníamos proyectado y programado en el corto, mediano y largo plazo del proyecto, y de qué manera cumplimos con lo establecido en la planificación y diseño de las actividades que realizaríamos.

En este sentido, podemos establecer que en el largo plazo tenemos un objetivo que deberemos evaluar no sólo en su parte final, sino que también observar su dirección y construcción presente, que implique una *evaluación proyectiva* de las acciones que vamos realizando, frente a eventuales modificaciones en áreas o actividades que necesitan ser fortalecidas o reorientadas, para el logro final del objetivo del proyecto.

Luego de la comparación entre lo planificado y ejecutado podemos obtener conclusiones para formular o reorientar nuevos proyectos. Esto es conocido como retroalimentación y, sirve para mejorar en el presente y futuro, el trabajo y esfuerzo que destinamos a la materialización del proyecto.

La evaluación nos posibilitará reconocer nuestras capacidades y mejorar las debilidades, fortaleciendo las potencialidades e intentando dar otros pasos que sigan abriendo los caminos de nuestra expresión.



2. Formulación y Diseño de Proyectos

En esta sección intentaremos definir los aspectos más importantes en la formulación de un proyecto.

Desarrollar un proyecto no es tarea fácil, pero una forma de comenzar es preguntarse una y otra vez lo que queremos hacer. No existe un lugar donde se encuentren todas las respuestas y eso es positivo, ya que nuestra imaginación y creatividad tiene un espacio propio.

Definir un proyecto puede hacerse desde diferentes puntos de vista. Cuando nos referimos a un proyecto cultural, éste involucra factores que muchas veces se creen intangibles, pero que, por el contrario, los podemos identificar, planificar, diseñar, organizar, implementar, ejecutar y evaluar, según los objetivos y actividades establecidas en un comienzo.

Una ayuda importante será ejercitarnos en el manejo de la gestión de proyectos, como una herramienta válida y facilitadora para concretar nuestras ideas y objetivos. Los pasos que podamos dar en este sentido son de continuo aprendizaje, lo que implica una constancia en el trabajo y una entrega permanente en la actividad que desarrollemos.

Las Preguntas

Las preguntas muchas veces se nos entrelazan unas con otras y cuando no las podemos responder, crecen y nos toman presos buscando respuestas que permitan liberarnos, pero también suelen ser las llaves de puertas que siempre hemos querido abrir y que nos motivan a seguir en el camino que hemos de construir.

Las preguntas serán aquí aquellas que nos permitirán definir y formular nuestro objetivo general, determinar los objetivos específicos, focalizar nuestras acciones, planificar las actividades, estimar el tiempo requerido para éstas y sus responsables, junto con cuantificar los recursos necesarios para realizar nuestro proyecto.

Las respuestas requieren precisión, lo que no significa que debamos dificultar más allá de lo necesario nuestra tarea.

Objetivo General

El primer aspecto a tomar en cuenta es el **¿Qué?**, ya que nos posibilita comprender ¿Qué queremos hacer? A veces no lo sabemos muy bien y deambulamos por muchas respuestas que vagamente se van desarmando en el tiempo. Responder el ¿Qué? abrirá la puerta de la definición de nuestro Objetivo, con él podremos ordenar nuestra idea y darle sentido a lo que buscamos con nuestra acción.

Determinar un objetivo no es tarea fácil, deberemos formularlo y reformularlo antes de establecerlo, ya que será el orientador de nuestras acciones, es decir, lo que deseamos hacer, evitando las posibles condicionantes previas que desde un comienzo puedan limitarnos. Un objetivo mal definido nos alejará de lo que intentábamos realmente lograr.

¿Qué deseamos lograr? ¿Qué buscamos?,
¿Qué queremos crear? ¿Qué queremos entregar?

Ejemplos:

- Desarrollar las capacidades artístico-culturales de los jóvenes de la comuna de Panguipulli.
- Capacitar, promover y asociar a agrupaciones culturales sin Personalidad Jurídica de la comuna de San Felipe.
- Difundir las obras de los artistas plásticos de la región de Tarapacá.

Como vemos, al momento de responder el ¿Qué? un verbo se hará espacio en nuestra respuesta, lo que permitirá definirlo como nuestro Objetivo General de trabajo.

Promover, Generar, Desarrollar, Incentivar,
Conocer, Crear, Motivar, Buscar.

Objetivos Específicos

Una vez determinado el ¿Qué?, mediante la definición del objetivo, intentaremos responder el ¿Cómo?, que nos ayudará a conformar los Objetivos Específicos de nuestro proyecto.

Los objetivos específicos serán aquellos que nos darán las pautas de desarrollo, mediante las cuales guiaremos nuestro objetivo.

Ejemplo:

Objetivo General:

1. Desarrollar las capacidades artístico-culturales de los jóvenes de la comuna de Panguipulli.

Objetivos Específicos:

- 1.1 Motivar las manifestaciones culturales de artistas comunales.
- 1.2 Implementar Talleres Artísticos de interés de los jóvenes de la comuna.
- 1.3 Formar y capacitar agrupaciones culturales de jóvenes de la comuna.
- 1.4 Realizar muestras artístico-culturales en la comuna.

El ¿Cómo? se constituye en una herramienta importante, ya que desde ahí podremos desarrollar en forma ordenada las acciones que realizaremos, para lograr cada uno de los objetivos específicos, que respondan a su vez al objetivo general antes propuesto. Es aquí, donde deberemos entender que un principio importante a la hora de diseñar un proyecto es la coherencia que tenga éste al momento de estructurarse, ya que cada una de las partes deberá responderse entre sí.

La coherencia estará dada por el entendimiento global del proyecto, desde su diagnóstico hasta la evaluación de sus objetivos y actividades.

Fundamentación

Cuando definimos los objetivos de nuestro proyecto estamos respondiendo a una necesidad dentro de un territorio o grupo de gente. El **¿Por qué?** queremos llevar a cabo el proyecto y la forma de plantear los objetivos, tendrá que ver con la situación actual que observemos (diagnóstico), con la manifestación de la carencia o necesidad que detectamos (causas y efectos) y la propuesta que se plantea como solución a lo diagnosticada. El justificar o fundamentar nuestro proyecto tiene que ver con el sentido en el que orientemos los esfuerzos conjuntos, y la relación entre lo propuesto y la realidad en la que nos situemos.

El generar espacios para las manifestaciones artístico-culturales en la Provincia, se debe a la gran demanda por parte de los diversos grupos artísticos que en ella se desarrollan. Existen una serie de escuelas de teatro, danza y pintura que no tienen un lugar donde poder llevar a cabo sus muestras. Además, la gran cantidad de grupos musicales de carácter...

Focalización

Al establecer nuestros objetivos específicos, también vamos definiendo la población sobre la cual tendrá impacto el proyecto. Así, surge la necesaria pregunta **¿A Quiénes?** está dirigido nuestro proyecto, que será el grupo objetivo en el cual desarrollaremos las propuestas, los *Beneficiarios*. Al determinar ésta población diferenciaremos a los *Beneficiarios Directos*, como aquellos a los que va dirigido específicamente nuestro proyecto y a los *Beneficiarios Indirectos*, que son a los que el proyecto se dirige en segunda instancia.

En un Taller Artístico para jóvenes de 15 a 29 años de la comuna, con una exposición final de sus trabajos, los *beneficiarios directos* serán los jóvenes que participaron directamente de éste y los *beneficiarios indirectos* el público asistente a la muestra final.

Asimismo, deberemos responder el **¿Dónde?**, que será el lugar específico en el que se ejecutará el proyecto, la *Localización*. En una primera etapa realizamos un diagnóstico de un determinado territorio, ahora especificaremos el lugar en el cual llevaremos a cabo las actividades, en el cual tendrá impacto nuestro proyecto.

El Taller Artístico se realizará en la población Confraternidad de la comuna de San Bernardo en la Región Metropolitana.

Estrategia y Acciones

El **¿Cuáles?** nos hace preguntarnos por la estrategia y acciones que llevaré a cabo para cumplir con los objetivos específicos.

La *Estrategia* será aquella orientación que tendrán las *actividades* que deberemos realizar para cumplir con nuestros objetivos. En este sentido determinaremos la priorización y características de las acciones que llevaremos a cabo, las cuales definiremos en los objetivos específicos. Es aquí, donde destinaremos nuestros esfuerzos más concretos, ordenándolos según la importancia que tengan para nosotros y, su función y coherencia dentro del proceso.

Las estrategias exigen una integración para cada una de las acciones de nuestro proyecto.

Ejemplo:

Objetivo Específico:

1.4 Realizar muestras artístico-culturales en la comuna.

Actividades:

- a. Determinar áreas de interés de las muestras.
- b. Proponer actividades de las muestras.
- c. Definir lugares y fecha.
- d. Conseguir auspiciadores.
- e. Realizar un catastro de posibles artistas.
- f. Convocar artistas.
- g. Confirmar participación.
- h. Difundir la muestra.
- i. Implementar el evento.
- j. Realización de la muestra.
- k. Evaluar sus resultados.
- l. Envío de agradecimientos.

Formulación y Diseño

Al definir las diferentes actividades de nuestros objetivos, lo ideal ahora es acercarnos aún más al proyecto preguntándonos **¿Cuándo?** De esta forma podremos ordenar en el tiempo nuestras actividades, evaluando su cumplimiento o posibles ajustes. La utilidad que nos presenta la *formulación* y el *diseño* de un plan de trabajo es porque nos facilita aplicación y comprensión de cada tarea a realizar.

Para dar mayor énfasis a nuestro trabajo, apostaremos ahora por responder **¿Quiénes?** serán los encargados de cada una de las actividades, es decir, definiremos los responsables y roles que tendrá cada integrante en nuestro Equipo de Trabajo.

Para tal efecto, a cada una de las actividades sumaremos otra columna determinando los responsables, que en este caso podemos estructurar mediante los roles asignados, ya sean estos de productor, coordinador, asistentes u otros.

Cronograma de Actividades :

Actividades	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Responsable
Determinar áreas de interés de la muestra	***							Todo el equipo
Proponer actividades específicas de la muestra	***	***						Todo el equipo
Definición de locaciones y fechas		***						Coordinador
Conseguir auspiciadores				***	***			Equipo de difusión y prensa
Realizar catastro de posibles artistas		***						Coordinador de artistas
Convocar artistas			***					Coordinador de artistas
Confirmar participación de artistas				***				Coordinador de artistas
Difundir la muestra				***	***	***		Equipo de difusión y prensa
Implementar la muestra-evento					***	***		Equipo de producción
Realización de la muestra						***		Productor general
Evaluación de resultados y logros.							***	Todo el equipo
Envío de agradecimientos							***	Equipo de prensa y difusión

Otra forma de entender o aplicar un diseño de actividades y su periodicidad es mediante una Carta Gantt, que sigue la misma idea pero con una línea de tiempo. **(Ver Anexo 1)**

La importancia que tendrá el diseño de nuestro cronograma nos permitirá estar en permanente interacción con las actividades como un conjunto, es decir, cada una de ellas coherentes entre sí.

Distinguimos en el tiempo, ciertos plazos que pueden ser de Corto, Mediano y Largo alcance. Esto se hace necesario para poder ver cómo estamos llevando a cabo nuestras tareas, cuál es el logro y grado de cumplimiento del objetivo y, por ende, de nuestro proyecto en el tiempo presente, y cuáles serán los ajustes que deberemos realizar hoy para el cumplimiento de mañana.

Asimismo, hay que tener claro que podemos tener algunos imprevistos que pueden afectar las actividades que teníamos planificadas. Por ello, es necesario entender que lo principal será nuestro objetivo, y que las actividades que planifiquemos ayudarán a lograrlo, pero estas pueden tener modificaciones que intentaremos siempre poner en positivo, buscando las oportunidades y tomando las dificultades como nuevos caminos a recorrer y no como finales anticipados.

Presupuesto

Una vez armada nuestra formulación y diseño de objetivos, actividades y responsables, nace la pregunta de **¿Cuánto?** necesitaremos en recursos para llevar a cabo nuestro proyecto, es decir, el Presupuesto.

El presupuesto lo entenderemos como la organización de estos recursos estimados necesarios para la realización de nuestro proyecto, junto con su manejo y utilización en el tiempo. Por ello, el presupuesto también formará parte de la planificación en la formulación, ya que deberá ser coherente con los objetivos y actividades previstas, facilitando de esta manera los procesos y etapas del proyecto.

No existe un diseño estándar para un presupuesto, pero este debe ser lo más claro y ordenado posible, ya que sus alteraciones pueden ser bastante desagradables al momento de no tener fondos disponibles para los gastos proyectados o rendición de cuentas finales.

El flujo de caja se podrá desglosar por semanas o meses (en base a la duración del proyecto), según las actividades que se vayan sucediendo, agrupándolas por temas o ítems para un mejor orden.

El desglose de los gastos e ingresos del proyecto dentro de un presupuesto debe incluir todos los recursos asociados, intentando cuantificar las necesidades e incluyendo, en lo posible, cuáles serán las fuentes de financiamiento existentes, tanto externas como internas (en el caso de poseer recursos propios).

Como primera aproximación para calcular el Presupuesto, deberemos solicitar cotizaciones de determinados bienes o servicios, ya sea desde el punto de vista de precios, calidad, disponibilidad y condiciones de pago entre otras. Detenerse en este aspecto es vital, ya que no siempre encontramos lo que buscamos y deberemos adecuarnos a situaciones que no manejamos, por ello se debe realizar un estudio previo de lo que vamos a requerir, procurando siempre las mejores oportunidades.

No busques el precio más barato, encuentra el mejor.

Un presupuesto posee generalmente ingresos y egresos, los cuales deberemos anotar junto con la periodicidad, fuente de financiamiento, sub-totales y totales generales. Por ello, el flujo de caja será aquellas sumas y restas del presupuesto en el tiempo según las actividades planificadas, procurando un cumplimiento eficiente de éstas.

Los presupuestos deben estimarse en proporción al tiempo de ejecución del proyecto. El flujo de caja será el seguimiento de las actividades estimadas en la planificación y el presupuesto.

Esta herramienta interna de trabajo ordena nuestras tareas, le da coherencia en el tiempo a las acciones y permite vincular el proceso presupuestario como un instrumento de planificación y evaluación.

Una forma de desarrollar un presupuesto y un flujo de caja, sería el presente formulario sugerido:

Ejemplo: Encuentro Musical Regional de Aysén

Egresos

Item	Monto en \$
Honorarios	100.000
Gastos de Operación	776.000
Inversiones	100.000
Imprevistos	64.000
Totales	1.040.000

Según los egresos o necesidades que tendremos, podremos diseñar un cuadro donde desarrollemos el ítem de ingresos, junto al lugar donde podremos conseguir el financiamiento:

Ingresos

Item	Monto en \$
Recursos Propios	150.000
Auspiciadores	300.000
Intendencia	230.000
Municipio	170.000
Seremi de Educación	190.000
Totales	1.040.000

Una vez que hemos distribuido los diferentes ítems del *presupuesto* y de acuerdo a las cotizaciones realizadas, proyectaremos nuestro *flujo de caja* anotando el *gasto total* que iremos realizando y el *saldo* comparativo entre lo estimado y lo realmente gastado.

Presupuesto Total

Item	Monto \$	Flujo de Caja				Gasto Total	Saldo
		mes 1	mes 2	mes 3	mes 4		
Honorarios	100.000	0	0	0	100.000	100.000	0
Asistente Producción 1	30.000				30.000	30.000	0
Asistente Producción 2	30.000				30.000	30.000	0
Diseñador	40.000				40.000	40.000	0
Gastos de Operación	746.000	56.000	86.000	140.000	464.000	746.000	0
Transporte	94.000			24.000	70.000	94.000	0
Alojamiento	78.000				78.000	78.000	0
Arriendo Equipos (Iluminación- Sonido)	200.000				200.000	200.000	0
Arriendo Escenario	30.000				30.000	30.000	0
Baños Portátiles	20.000				20.000	20.000	0
Difusión	100.000		30.000	60.000	10.000	100.000	0
Arriendo Local	100.000	25.000	25.000	25.000	25.000	100.000	0
Transporte Local	40.000	10.000	10.000	10.000	10.000	40.000	0
Pago Servicios	58.000	14.500	14.500	14.500	14.500	58.000	0
Materiales de Oficina	26.000	6.500	6.500	6.500	6.500	26.000	0
Inversión	100.000	0	100.000	0	0	100.000	0
Cámara Fotográfica y Accesorios	100.000		100.000			100.000	0
Imprevistos (10%)	94.000	20.000	24.000	18.000	32.000	94.000	0
TOTAL	1.040.000	76.000	210.000	158.000	596.000	1.040.000	0

Con este diseño, incorporamos el *presupuesto* estimado con los *flujos de caja*, el *gasto total* realizado y el *saldo* correspondiente al ejercicio.

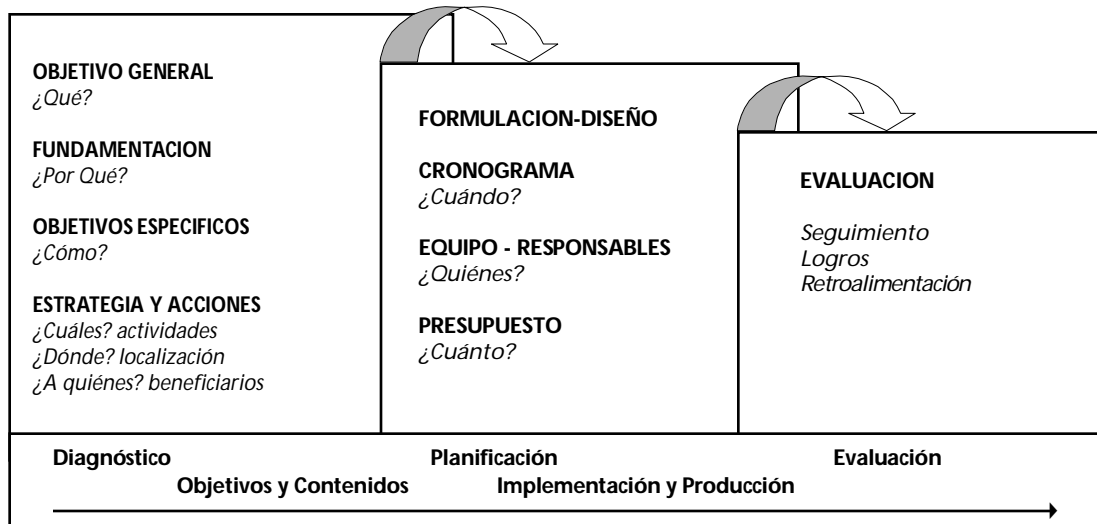
Establecer desde un comienzo, como parte de la planificación, las estimaciones de los ingresos y gastos, nos permitirá asegurar un trabajo coherente de las acciones que vayamos desarrollando.

Cuando diseñamos el presupuesto deberemos considerar en éste los valores en bruto, es decir, los impuestos que tienen los bienes y materiales en el valor de sus precios, que en nuestro caso será el I.V.A del 18%. Para el pago de Honorarios se considerará el 10% de retención.

Junto con lo anterior podemos también manejar conceptos de contabilidad básica, como algunos formularios estándar necesarios para las gestiones económicas: Boletas, Facturas, Boleta de Honorarios, Cotizaciones, Impuestos, Exención de impuesto para actividades culturales, entre otros. **(Ver Anexo 2)**

El mejor presupuesto no será el con más dinero, si no aquel con el mejor y más eficiente manejo entre lo planificado y logrado, la eficacia. Obviamente, no siempre nuestros ingresos podrán solventar todos nuestros egresos o gastos, por ello, nuestra habilidad y creatividad será puesta a prueba para ver de qué manera solucionamos o encontramos una alternativa para realizar lo que necesitamos y, como las ganas y el esfuerzo superan aquellas dificultades temporales.

Resumen



En la presentación de proyectos podemos recurrir a un tipo básico de formulación de proyectos que facilitará nuestra tarea. **(Ver Anexo 3)**

Todo proyecto generalmente deberá tener definido:

- *El Objetivo General*, el **¿Qué?**
- *La Fundamentación* del proyecto a desarrollar, el **¿Por qué?** , que es a partir del Diagnóstico (situación actual, carencia, propuestas de solución).
- *La Descripción* del proyecto, en la cual indicaremos **¿Cómo?** (los Objetivos Específicos) y **¿Cuáles?** (Actividades) serán las principales características que tendrá. Aquí, concluiremos el **¿A Quiénes?** dirigiremos nuestro proyecto (Beneficiarios Directos e Indirectos) y el **¿Dónde?** realizaremos las actividades (Localización).
- La realización de un *Cronograma* de Trabajo, el **¿Cuándo?**, serán las principales actividades que llevaremos a cabo y **¿Quiénes?** serán los encargados de realizarlas.
- El *Presupuesto*, como la estimación de **¿Cuánto?** serán los recursos necesarios para el proyecto.

III. PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

Formular nuestro proyecto y diseñar su estructura es un trabajo necesario, ya que en muchas ocasiones deberemos presentarlo a otros para su aprobación, financiamiento, apoyo o permisos.

Nuestro entusiasmo y certeza de lo importante del proyecto que hemos desarrollado, no necesariamente tendrá una contraparte que piense lo mismo. Cada uno de ellos será una instancia diferente, pero nuestro proyecto seguirá siendo el mismo. La forma en que presentaremos nuestro trabajo tendrá mucho que ver ¿a quién? y ¿dónde lo hagamos? o ¿qué? y ¿cuánto? solicitaremos. Cada institución u organización posee orientaciones diferentes que deberemos tomar en cuenta.

La imagen es un juego y es necesaria.

Cuando nos presentamos, la convicción, las ganas y el entusiasmo deben encausarse en torno al fin último alcanzable. Intentaremos ordenar muy bien los pasos que nuestro proyecto vaya a dar, su presentación cumplirá ciertos fines necesarios para la materialización de éste, los cuales diferenciaremos y priorizaremos según las actividades que hemos planificado.

En este sentido, se acostumbra al momento de presentar un proyecto a terceros, entregarlo mediante una carta y una carpeta de presentación con un curriculum y/o un dossier que puedan dar a conocer nuestro trabajo.

Carta de Presentación

Carta destinada a presentar nuestro proyecto. Deberá ser breve y clara, y contemplar las características de nuestra propuesta. Para su elaboración se deben tener en cuenta:

- A quién va dirigida.
- Presentación de la organización que participa en el proyecto.
- Descripción y objetivos del proyecto.
- Fecha y Lugar de la(s) actividad(es).
- ¿Qué solicitamos? ¿Qué ofrecemos?.
- Material que adjuntamos.
- Agradecimientos y despedida por la atención a nuestra propuesta.

(Ver Anexo 4)

Carpeta de Presentación

En la elaboración de nuestra carpeta deberemos poner especial atención, ya que será el medio de presentación general del proyecto.

La Carpeta de Presentación, esencialmente, deberá contener: a) el Proyecto, b) los curriculum y c) el Dossier.

Aquí el tema de la imagen es de suma importancia, ya que será la cara visible de nuestro proyecto. Asimismo, el contenido de ésta debe ser acotado, solicitando claramente los apoyos necesarios para la producción del proyecto, ya que en algunos casos nuestras contrapartes no cuentan con mucho tiempo.

El formato de la carpeta es un espacio para una propuesta creativa de presentación.

Deberemos considerar en ella:

- Portada (nombre del proyecto, fecha, agrupación).
- Presentación.
- Patrocinadores o Colaboradores (sí existiesen).
- Índice.
- Fundamentación o Justificación.
- Objetivos.
- Descripción: - Breve reseña
- Beneficiarios (público directo e indirecto estimado).
- Locación (lugar a realizarse).
- Programación.
- Plan de Difusión: - Difusión (afiches, programas, pendones, avisos publicitarios, etc.).
- Campaña de Prensa (objetivos, estrategia, medios de comunicación, presencia).
- Presupuesto.
- Espacios y derechos publicitarios ofrecidos a la institución, su presencia en la actividad.
- Créditos: organizadores (coordinador, productor, relacionador público, de prensa, etc.).

Curriculum

Anotaremos las características de nuestro grupo u organización. Puede incluir desde el punto de vista descriptivo:

- Antecedentes Personales.
- Antecedentes Académicos / Formativos.
- Antecedentes Laborales / Proyectos Realizados.

Dossier

En este adjuntaremos el material escrito, visual o audiovisual, que sirva de apoyo como antecedente a nuestro proyecto: patrocinios, permisos, recortes de prensa, fotografías, videos, comentarios de medios, entre otros.

Entrevista

Una vez definida las entidades a las que recurriré para presentar la propuesta, lo ideal sería:

- Solicitar una entrevista explicando los motivos.
- Preparar los materiales.
- Definir quiénes irán a la reunión.
- Llegar a la hora.

En la entrevista intentaremos ser claros, precisos, entusiastas y responder abiertamente a las inquietudes que puedan surgir. A veces se da por hecho situaciones que uno supone ya conocidas o predeterminadas, pero que no necesariamente nuestra contraparte sabe. Por ello, deberemos tomarnos con calma el momento en que nos reunimos, ya que será una oportunidad lo suficientemente importante como para dejarla a la deriva.

El bombardeo que puede sufrir nuestras ideas difícilmente las dañarán, el pesimismo es una forma de actuar y hay que estar preparado para ello. La posibilidad de que en una primera aproximación logremos los frutos que pretendemos, es un horizonte real de acción y la insistencia ante la postergación suele ser una buena alternativa.

IV. FINANCIAMIENTO.... LOS RECURSOS

Existen diferentes entidades públicas y privadas que promueven y fomentan la cultura en nuestro país, entre las cuales se encuentran los Ministerios de Educación, Secretaría General de Gobierno, Relaciones Exteriores, Agricultura, Economía, Obras Públicas, Mideplan, Sernam, Municipios, Fundaciones, Corporaciones y Empresas Públicas y Privadas, que poseen diversos programas, fondos de financiamiento o leyes para apoyar el desarrollo de la actividad artístico cultural en Chile.²

Deberemos entender el financiamiento de nuestros proyectos como una capacidad integral de conseguir recursos, ya sean monetarios, materiales, humanos u otros, junto con el necesario orden, claridad y eficiencia en su manejo.

Pedir ayuda monetaria no es tarea fácil, la negociación toma preso a los pesimistas, pero eso no nos debe importar, ya que cada vez que tenemos la convicción de que nuestra idea es buena y nuestro objetivo es alcanzable, algo o alguien va a facilitar las cosas, tanto para la realización de lo que queremos, como para tomar aún más fuerzas. Por ello, deberemos diferenciar las herramientas disponibles para poder trabajar con ellas y manejarlas, ya que somos proponentes de ideas y soluciones, y cada uno de nuestros pasos debe facilitar el otro.³

Si bien es cierto que el financiamiento es sumamente importante a la hora de concretar nuestras ideas, no debe ser la única condición para lograrlas. Primero estarán las ganas de realizar los proyectos y luego lo que necesitaremos para desarrollarlo.

(Ver Anexos 5, 6 y 7)

El Patrocinio

Es aquel apoyo institucional de un Ministerio, Intendencia, Municipio, Fundación o Corporación que no implica dinero, sino que es un aval que permitirá conseguir otros apoyos (financieros, materiales, humanos o permisos necesarios para operar). Esta es una demostración de confianza del patrocinante en la realización de un determinado proyecto artístico cultural, por lo que son importantes los propios antecedentes.

La presentación que hagamos para solicitar un patrocinio exigirá requisitos que deberemos cumplir y, por ende, asumirlos con la responsabilidad que implica. Por ello, se debe formalizar tal vinculación mediante los mecanismos adecuados para el caso, que implicarán tener claramente definidas las condiciones de tiempo y alcances del proyecto, junto con la participación y vinculación de la entidad patrocinante.

Es importante presentar a tiempo nuestro proyecto y comenzar por el patrocinador, para luego buscar y solicitar otros apoyos.

² En el documento **“Fuentes de Financiamiento Cultural en Chile-2001/2002”**, Área de Descentralización Cultural, División de Cultura, Ministerio de Educación, se encuentran los organismos que promueven fondos y programas culturales en Chile, que puede ser de importante ayuda a la hora de buscar financiamiento para nuestros proyectos.

³ Por ejemplo, existe la **Ley de Donaciones Culturales**, que se dirige a fomentar el apoyo privado (empresas o personas) para el financiamiento de proyectos artísticos y/o culturales. Así, se establece un modo de financiamiento de actividades, bienes y proyectos artístico y culturales, mediante un mecanismo en que el Estado y el sector privado participan en la calificación y el financiamiento de proyectos que se acogen a este beneficio. El Fisco aporta un 50% del financiamiento, al renunciar al cobro de ciertos tributos y los privados el otro 50%.

La forma de solicitar un patrocinio generalmente se realiza mediante una carta de solicitud, con los antecedentes de la institución o agrupación y del proyecto. En alguno de los casos se otorga el patrocinio mediante una resolución o documento, que estipula las condiciones e implicancias que éste tendrá, el cual podremos incluir en la carpeta de presentación.

La importancia que podamos darle al patrocinio es esencial, ya que estratégicamente nos puede ser de mucha ayuda para conseguir otro tipo de apoyos o permisos para el logro de los objetivos que tengamos y también para obtener fuentes de financiamiento.

El Auspicio

Será entendido como aquel aporte de recursos de una determinada Institución o Empresa, para el desarrollo de nuestro proyecto, ya sean estos en dinero, bienes o servicios.

Generalmente, podemos entregar a cambio publicidad en las diferentes formas en la que se difundirá nuestra actividad, ya sea en medios de comunicación, vía pública o contacto directo entre otros, según el plan de difusión que formulemos.

Por otro lado, la Institución o Empresa puede tener derechos sobre la utilización del nombre de la actividad, proyecto o agrupación, además de participar en alguna de aquellas instancias con publicidad, instalación de stand o algún medio al que se llegue de común acuerdo, como forma de mostrar su imagen.

Hay que recordar que cualquier aporte es útil, pero también existe la necesidad de definir los espacios, la participación y la relación a contraer, de modo que nada quede a manos de los supuestos y luego conlleve a problemas innecesarios para la realización de nuestro proyecto. En la carpeta de presentación deberemos definir el derecho de los auspiciadores y su participación, ya sea esta exclusiva o compartida.

En algunos casos la empresa que entregue más recursos, tendrá la posibilidad de tener una mayor presencia en la producción del proyecto.

La Colaboración

Otra forma de conseguir apoyos es mediante canjes o colaboraciones que podamos establecer con terceros, en vista de no existir recursos monetarios directamente. Esta posibilidad permitirá intercambiar bienes o servicios que necesitaremos para nuestro proyecto cultural, a cambio de productos o espacios publicitarios que podamos ofrecer. La Colaboración también se puede entender como aquel recurso de menor cuantía respecto a los otros aportes monetarios otorgados (auspicio).

En algunos casos podremos formalizar dicha relación mediante un documento básico y, estipular la participación y el espacio que se le otorgará a la empresa o institución, en la difusión o realización del proyecto.

Al momento de difundir y producir nuestro proyecto, cada uno de estos actores involucrados tendrá su respectivo espacio en la difusión.

Una vez terminada la actividad es recomendable enviar cartas de agradecimiento y un informe de evaluación final a los patrocinadores, auspiciadores y colaboradores, posibilitando así acuerdos a futuro, y buen término a las relaciones establecidas.

V. PRODUCCION

La producción de una actividad artístico cultural (evento, seminario, encuentro, montaje de una obra, exposición, concierto, etc.), requiere de un trabajo previo que considera una serie de elementos que deben tenerse en cuenta, tanto para la implementación como para ejecución del proyecto, que incluyen recursos materiales, monetarios y humanos, que deben estar en función del objetivo central, con roles, atribuciones y responsabilidades, coordinadas y articuladas como un conjunto global, armónico e integral de desarrollo.

La producción en materia cultural no es tarea fácil, la experiencia suele ser el único camino formativo, pero el manejar ciertos conceptos y variables básicas que influyen en ella es un importante paso.

1. Etapas de la Producción

Distinguimos dentro de la producción tres etapas principales: Pre-producción, Producción y Post-producción.

Pre-producción

En esta etapa se realiza el trabajo de preparación de la actividad, según la estrategia y planificación que construimos previamente. De acuerdo al tipo de proyecto que queramos llevar a cabo, la Pre-producción puede contemplar lo siguiente:

<ul style="list-style-type: none"> • Instituciones comprometidas: entrevistas, contactos y acuerdos. • Catastro de artistas, artesanos, organizaciones comunitarias, etc. • Selección de artistas. • Realización de reuniones con artistas y organizaciones para planificar y llegar a acuerdos. • Fichas técnicas de las presentaciones. 	<p>Difusión - Publicidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plan de difusión • Contacto directo • Vía pública • Medios de comunicación
<ul style="list-style-type: none"> • Plan de trabajo • Constituir comisiones de trabajo • Definición de roles dentro de la organización • Presupuesto 	<p>Montaje</p> <ul style="list-style-type: none"> • Necesidades (técnicas, materiales y humanas) • Escenario • Amplificación • Iluminación • Energía <ul style="list-style-type: none"> • Visitas a terreno • Visitas técnicas • Permisos Municipales

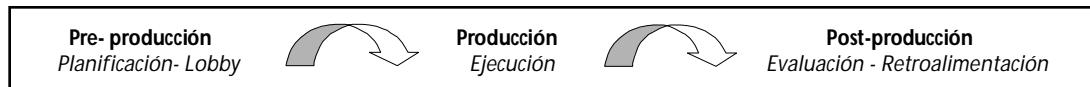
Producción

La Producción es la materialización del proyecto, como realización de la actividad propiamente tal. En esta etapa se concretan las acciones anteriormente planificadas, aquí cada elemento estará cumpliendo sus funciones para realizar lo acordado y definido.

Post-producción

La Post-producción es todo aquello que implica un buen término de la actividad realizada y una proyección futura. En esta etapa daremos término a la actividad y a la producción, evaluando nuestro trabajo y su resultado final, lo que implicará determinar el grado de cumplimiento de los objetivos en conjunto con la propia labor realizada, ya sea desde lo planificado, como desde la propia ejecución y sus condicionantes.

Realizaremos los últimos pagos y desarrollaremos una rendición de cuentas. Asimismo, enviaremos cartas de agradecimiento y, un informe de evaluación final a nuestros colaboradores y auspiciadores.



2. El Equipo y sus Funciones

Como ya hemos visto, la determinación de roles y atribuciones es una forma de organizar nuestro esfuerzo y canalizar la energía del grupo, potenciando las capacidades individuales que fortalecerán el conjunto de las actividades y, por ende, del objetivo.

En este aspecto podemos diferenciar, desde el punto de vista organizacional, algunas funciones a modo de propuesta:

- **Coordinador General:** es el responsable integral del proyecto y producción de la actividad.
- **Productor:** su función es conducir, administrar y supervisar el contenido de la producción, como asimismo se encargará del trabajo en terreno y de coordinar las diferentes acciones de la actividad, ya sea en su preparación, realización y finalización del evento.
- **Encargado de Finanzas:** es aquel que maneja los dineros mediante el presupuesto y el flujo de caja, según los recursos necesarios para la implementación del proyecto, dando a su vez los informes de gestión presupuestaria correspondientes.
- **Asistente de Producción:** depende del productor, teniendo a su cargo múltiples y diferentes funciones, ya sean planificadas o requeridas en el momento.
- **Relacionador Público:** se encargará de las relaciones con las instituciones externas a la producción, conseguirá patrocinios, auspicios o colaboraciones y verá el tema del protocolo.
- **Coordinador de Difusión y/o Prensa:** es el encargado de formular, diseñar y desarrollar el Plan de Difusión y/o Campaña de Prensa del proyecto, organizando los recursos necesarios para su posterior implementación y ejecución.
- **Equipos - Comisiones:** es muy importante formar equipos por áreas y temas específicos de producción que requieren de un trabajo más detallado (seguridad, montaje, transporte, alojamiento, entre otros). Cada Equipo deberá tener un Coordinador Responsable.

La idea es poder mantener en el tiempo las funciones asignadas y no cambiarlas o traspasarlas a otro, a no ser que se tenga expresa claridad del nuevo escenario en el cual se cumplirán los papeles reasignados.



3. El Montaje

El montaje es entendido como todas las instalaciones que tendrá nuestro evento, entre las cuales se puede contar: espacio, escenario, energía, iluminación, amplificación y seguridad.

La Pre-Producción del montaje debe hacerse con anticipación y el tiempo adecuado, tomando en cuenta la hora prevista, el lugar a desarrollar la actividad, los posibles imprevistos y el tiempo de montaje de ciertos materiales que requieren de mayor dedicación o de instalaciones previas para su armado y puesta a punto.

Se sugiere realizar visitas en terreno para el reconocimiento del lugar y observar las diferentes variables a considerar en el diseño, armado y producción del evento. A ello, podríamos sumar visitas técnicas del equipo en conjunto, que faciliten el intercambio de opiniones y apreciaciones personales respecto a la actividad.

Para poder complementar dicho trabajo tomaremos en consideración las fichas técnicas de los grupos artísticos participantes, donde se especifiquen sus necesidades y requerimientos de sonido, iluminación, energía, transporte y espacio, entre otros. En caso de no existir la descripción técnica, es bueno tomar en cuenta el tiempo que se destinará para la coordinación de los elementos que constituirán la puesta en escena, ya sea con un ensayo en el mismo lugar o simplemente la prueba de los equipos con los grupos necesarios.

Espacio

El espacio en el cual realizaremos nuestro evento no sólo debe considerar el lugar físico en el que se desarrollarán las manifestaciones artísticas, sino que todo aquel que implique o tenga relación directa con la actividad. Por ello, es necesario contar con los permisos municipales correspondientes para la realización de la actividad, ya sean éstos para ocupar espacios de uso público o privado.

Existen manifestaciones que no necesariamente tienen que realizarse en el escenario, ya que la libertad de poder moverse invita a ocupar el espacio y poner en contacto otros lugares, otros escenarios, otros espectadores, dentro de una expresión artístico-cultural conjunta. Todo obviamente tendrá que ver con cuál sea nuestro objetivo y el alcance de nuestras actividades.

Nos hacemos parte de un escenario común y conjunto..... La imaginación y la creatividad cuando interviene el espacio se hace responsable de él.

Escenario

El escenario será el lugar en el que se movilizarán las manifestaciones artístico-culturales de los participantes de un evento, ya sean individual o colectivamente. En el se montará gran parte de los equipos y escenografía necesaria para las expresiones de cada uno. Por ello, se debe considerar para su uso las dimensiones (largo, ancho y alto), la cantidad de artistas que subirán, los equipos que se instalarán y la concurrencia de público esperada para el evento.

Instalar el escenario y unir los equipos e instrumentos a las mesas de control, debe hacerse con el máximo cuidado y protección posible, ya que el tránsito y flujo de personas impide tener un control permanente sobre ellos, por esto se recomienda utilizar sistemas que aseguren la completa protección de los espectadores, artistas y obviamente, la puesta en escena de nuestro evento.

Energía

Deberemos constatar la energía en terreno según la capacidad instalada, los permisos y las necesidades técnicas correspondientes del equipamiento que utilizaremos. Para ello, consideraremos las medidas: a) *volt*: 220 en Chile; b) *amper*: consumo; c) *watt*: potencia; y d) *kva*: potencia de consumo en generadores y transformadores.

En caso de no existir la capacidad de energía necesaria, deberemos solicitar un empalme adicional a la entidad correspondiente o arrendar un generador adecuado. Es preferible que estas instalaciones sean realizadas por técnicos especialistas. No es bueno arriesgarse, ya que nuestra integridad y la de los demás puede correr peligro. En un comienzo todo puede funcionar aparentemente bien, pero deberemos tener en cuenta que nuestro evento tiene una duración y, por ende, un consumo de energía que puede sobrecalentar los equipos.

El consumo será medido a máxima capacidad de las instalaciones, teniendo en cuenta no sólo la energía que utilizaremos para la puesta en escena, sino también aquellas instalaciones anexas, como algunos puestos, kioscos e iluminaciones de acceso, entre otras.

Verificar la capacidad de energía instalada en el lugar y posteriormente ver si ésta es suficiente para conectarse con la implementación técnica.

Iluminación

La iluminación son los diferentes efectos de luz que potencian un espacio u objeto. Es importante distinguir que para cada manifestación artística la luz juega un papel distinto.

- **Iluminación Escénica** : se utiliza principalmente para potenciar el trabajo que se realiza sobre un escenario. Es así como en teatro, danza y música las características de la iluminación son muy similares. Sin embargo, lo que cambia es la cantidad de equipos según la producción que se realiza y las orientaciones en el diseño de iluminación.
- **Diseño de Iluminación** : es aquel trabajo creativo que se realiza previo a un espectáculo y que considera la distribución de focos en la sala, en qué momento se ilumina y, cuánta cantidad y qué focos se van a ocupar y cetear, entre otros.
- **Extensiones** : es lo que habitualmente se conocen como alargadores, que permitirá conectar todo el sistema a la energía necesaria. Requerirán de protección según las características del consumo.

Existen diversos equipos de iluminación, cada uno de los cuales dependerá de la capacidad de energía que se va a utilizar y las diferentes técnicas para emplearla. Más allá de los recursos con los que se pueda contar para equipos de iluminación, deberemos tener claro el lugar en que realizaremos nuestro evento y las condiciones que existen en él para el montaje completo, ya sea de disponibilidad técnica de electricidad, superficie, escenario o si se trata de un recinto cerrado o al aire libre. Cada equipo tendrá un montaje según las características y requerimientos técnicos necesarios para la implementación.

Es bueno tener en claro algunos elementos a considerar en materia de iluminación:

- **Foco** : ampolleta de luz.
- **Tacho** : cubre el foco o ampolleta y puede ser de metal o aluminio. Cada foco tiene su tacho.
- **Gelatinas** : filtros para cambiar de color la luz y dar un ambiente al diseño.
- **Tipos de Luces** : a) Par 38: foco de 100w a 300w; b) Par 56: foco de 300w; c) Par 64: foco 1000w; y d) Halógenos: foco de iluminación amplia sin mayor dirección, entre 300w y 500w.
- **Tipo de Ampolleta o Foco** : a) Flood: luz abierta y b) Spot: luz concentrada.

Los focos pueden ser dirigidos desde diversos puntos, según su posición se conocerán como Frontales/ Laterales / Directos.

- **Mesa de Iluminación** : es desde donde se manejan y distribuyen las luces, existen mesas computarizadas y manuales.
- **Power** : equipo que permite distribuir la capacidad de energía desde el conjunto de luces a la mesa de iluminación.

- **Illuminadores** : serán las personas encargadas de dirigir y manejar el sistema de iluminación de un evento.

La energía utilizada por la iluminación, en lo posible, debe ser diferente de la fuente de la amplificación o sonido.

Amplificación

Al igual que la iluminación, para la instalación de la amplificación se deberá conocer en terreno el recinto, el escenario y todas las necesidades técnicas, para poder contar con un sonido adecuado.

Un sonido potente o fuerte, no significa un buen sonido.

La amplificación considera una serie de elementos que deben tenerse en cuenta, tanto en las etapas previas de puesta en escena, como posteriormente. Podemos diferenciar en la amplificación distintas funciones y equipos entre los que se pueden contar:

- **Sonidista** : es la persona que coordina y realiza la función del sonido, determinando lo que tenga que ver con la puesta en escena en materia de amplificación y buen sonido, tanto para el evento completo, como para un grupo específico. Su importancia está en poder destacar lo mejor posible el sonido de un grupo determinado, por ello siempre deberá participar de los ensayos y conocer los tiempos o contenidos de los repertorios.
- **Prueba de Sonido** : consiste en probar los equipos o instrumentos que se van a utilizar, para ponerlos a punto según la ficha técnica o en el momento previo a la presentación. Se debe tomar en cuenta los detalles de monitoreo y volúmenes entre otros. Asimismo, hay que considerar la hora de comienzo y la totalidad de los grupos. Se recomienda dejar para el final el primer grupo que saldrá al escenario.
- **Mesa de Sonido** : permite canalizar cada uno de los equipos o instrumentos y darles salida, como también manejar los niveles de amplificación y calidad del sonido. Lo ideal es que la mesa este frente al escenario y a una distancia no mayor a 100 metros o según el multipar que se utilice, además de estar bien protegida y cuidada.

La Mesa de Sonido está integrada por:

- a) **Canales**: vías por las que tiene salida el sonido o audio, siendo dirigidas desde la mesa para su ecualización y potencia. Existen de 8, 10, 12, 24, y 48.
 - b) **Amplificador**: multiplica y purifica el sonido de los instrumentos.
 - c) **Ecualizadores**: limpian el sonido y equilibran los diferentes grados de potencia y audio.
 - d) También se cuentan como elementos importantes el Deck, Mini-disc, Cd y Compresores.
- **Multipar** : manguera protegida de cables, que va desde el escenario a la mesa.
 - **Cajas Directas** : reemplazan a los amplificadores, canalizando el sonido y van directo a la mesa.
 - **Micrófonos** : permiten la amplificación de la voz, según las necesidades y el tipo de mesa con la que se cuente, existen diferentes tipos: alámbricos, inalámbricos, lavalier y pistola, entre otros.
 - **Sistema de Parlantes** : el más común es de tres vías con bajo, medio y agudo, también existe el Eastern Acoustic conocido como turbo, que dispara a mayor distancia el sonido.
 - **Decibeles** : medida de presión sonora dentro de un espacio. Para calcular los decibeles de un recinto se recomienda calcular 1 decibel x mt² para no tener sobresaturación acústica. Lo permitido es de 80 a 90 decibeles y se mide con un instrumento llamado sonómetro.
 - **Monitores** : equipos o parlantes que permiten escuchar el sonido en el escenario, también conocidos como retorno.

- **Acoples** : ruidos producidos, por ejemplo, por un micrófono cercano a un parlante.
- **Sistema de Sonido** : los diferentes componentes que participan en el sonido.
- **RMS** : potencia de sonido real.
- **Conectores** : terminales de cables que permiten conectar los diferentes equipos. Existen diferentes tipos tales como plu, rca, canon.

Deberemos tener en cuenta, que el sonido en un recinto cerrado sin gente será diferente a cuando estén los espectadores, lo mismo puede suceder al aire libre pero en menor medida.

Seguridad

La seguridad en un evento o producción artístico-cultural debe ser materia de especial dedicación, que puede encargarse a un equipo de trabajo determinado. Las recomendaciones en materia de seguridad apuntan principalmente a planificar el evento, considerando los imprevistos y planes de acción en caso de eventuales emergencias, que consideren tanto la capacidad instalada como los elementos necesarios para el completo equipamiento del sistema.

La proyección estimada de espectadores, la definición del lugar y su reconocimiento, junto con la hora y duración del evento, suelen ser las principales variables a considerar para desarrollar un plan de seguridad, que debe tener en cuenta los aspectos positivos y negativos del conjunto de variables, tanto de la puesta en escena como de los espectadores.

Asesorarse en dicha materia no es algo exagerado, cada una de las partes de nuestra producción debe estar bajo atento cuidado. Nos hacemos responsables no sólo de las expresiones artísticas y, su logro en razón de las ideas y los conceptos a entregar, sino que también de los espectadores que participan del evento.

Deberemos considerar como variables de la seguridad: a) Estimación de público asistente; b) Zonificación de áreas (Perímetro del área, Fuentes de energía, Entradas, Salidas -evacuaciones de emergencia-, Baños, Kioscos, Mesas y Equipos de Sonido e Iluminación, Escenarios, Camarines de artistas); c) Extintores; d) Sistemas de comunicación (teléfonos); e) Estructura de la edificación; f) Superficie; g) Distancia con Carabineros, Hospitales y Postas; h) Vehículos de emergencia y de movilización propia; y i) Capacidad de asistencia médica en el mismo lugar del evento.

Tomar en cuenta estos puntos generales puede ayudarnos a ordenar la seguridad del evento. El equipo encargado de la seguridad deberá contactarse con la autoridad y con sus asesores en materia de seguridad, con los cuales tendremos que trabajar.

Entradas

Respecto a las entradas de un evento, es importante tener en cuenta que "todo evento cultural sin fines de lucro está exento de pagar IVA". Se debe realizar un procedimiento que dura aproximadamente un mes, en el cual se solicita a la Secretaría Regional Ministerial de Educación la exención de impuestos, señalando el aporte de la actividad a la Cultura. Una vez realizado éste procedimiento se procede a imprimir las entradas, ya que Impuestos Internos debe entregar un folio, el cual se debe continuar una vez realizado el segundo y tercer evento.

4. La Difusión

La Difusión es la forma por la cual daremos a conocer nuestro proyecto. La manera de hacerlo puede tener muchos matices y las estrategias que utilizaremos dependerán de sus propias características, por esto, es importante formularlas para poder llegar a la gente con nuestro mensaje.

Actualmente, estamos insertos en la “aldea global” de las comunicaciones, donde permanentemente somos “bombardeados” por diferentes estímulos informativos, que nos permiten saber lo que está pasando en este momento en cualquier parte del mundo. Esto produce, por un lado, un mayor conocimiento e instantaneidad, pero, por otro, tal cantidad de información puede saturar al individuo, por lo que es importante adoptar ciertas estrategias para que lo nuestro sea recepcionado de la forma que queremos.

Plan de Difusión

Son muchas las variables que influyen en la difusión, elemento fundamental para que se informe nuestro proyecto y en caso que lo requiera asistan a este el mayor número de personas posibles. Por esto, es bueno definir un Equipo Encargado de la difusión, para que diseñe y ejecute un plan que genere y abarque un impacto real, que haga llegar nuestro mensaje de la mejor forma al grupo objetivo que hemos definido.

Un Plan de Difusión debe contar con un período definido de acción y de gradualidad en el tiempo. Para generar mayor impacto hay veces que es mejor difundir la actividad con poca anticipación (sólo días o semanas).

El poder coordinar acciones conjuntas en diversos escenarios de acción, ya sea en la vía pública, el contacto directo o en los medios de comunicación, permitirá sumar fuerzas a nuestro mensaje, intentando generar un lenguaje común en estos escenarios y, por ende, en la recepción del público, con el objeto de reconocernos en el constante flujo informativo al que estamos expuestos.

Por lo anterior, nuestro mensaje debe ser claro, preciso, unificado y coherente, y entregar la información que queremos hacer llegar con un estilo propio, ya sea en el mensaje como en la difusión de éste.

Distinguimos en el medio diversos escenarios de acción, los principales serán el contacto directo, la vía pública y los medios de comunicación.

Contacto Directo

El contacto directo puede establecerse con aquellas autoridades, personas o instituciones de nuestro interés para el desarrollo del proyecto, quienes, generalmente, poseen o tienen acceso a canales informativos para propagar información hacia la comunidad, como por ejemplo, espacios culturales en las radios comunitarias y en la TV por cable en regiones. Es recomendable entregarles material gráfico o audiovisual. Esta metodología puede generar efectos muy positivos por su credibilidad, bajo costo, buena calidad de información y mayor tiempo para profundizar en los temas a tratar.

Vía Pública

La vía pública la entenderemos como un lugar permanente de interacción donde nos movemos, uniendo puntos y haciendo de nuestro espacio la causa de lo que también nos sucede (calles, plazas, cafés, parques, veredas, canchas, estaciones). El espacio lo compartimos con otros y nos hacemos cargo de él, respetándolo, cuidándolo y generándolo. Los lugares están, pero también se ganan.

Existen muchas e imaginarias formas para promocionar, publicitar o dar a conocer nuestro proyecto en la vía pública, y así llegar con nuestro mensaje de manera clara, informada, acertada y atractiva a quienes queremos influir.

Impresos

Para el diseño e impresión de piezas gráficas es importante tener en cuenta la información que se quiere difundir (nombre de la actividad, slogan, fecha, hora, lugar y logos de instituciones comprometidas –organizadores, patrocinadores, auspiciadores y colaboradores). Asimismo, deberemos determinar el diseño de éste (tamaño, imágenes, tipografía, color, papel, etc.). Las piezas gráficas como imagen deben ser limpias, legibles y llamativas.

En este proceso es de suma importancia tener claro el concepto de la información que se desea divulgar, para que las piezas gráficas guarden una relación coherente y dinámica con el objetivo propuesto.

Deberemos tener en cuenta que cuando uno solicita una impresión, las imprentas demoran una a dos semanas en entregar los trabajos, por lo tanto, se deberá enviar los originales, por lo menos, con tres semanas de anticipación.

Desde el punto de vista gráfico deberemos diferenciar algunas piezas gráficas para hacer llegar el mensaje:

- **Afiches** : en general es el impreso más representativo de una producción, ya que reúne el concepto que se quiere manejar en la realización de éste. Las cualidades que debe tener son atraer la mirada, despertar interés, que el mensaje se imponga sin esfuerzo y que se recuerde.

Los principios de la composición del afiche son: un solo tema, destacar la idea principal, estilo simple, directo y fácil de entender, generalmente contiene una foto o dibujo atractivo.

La distribución del afiche (la “pegatina”) debe estar muy coordinada (lugares, fechas y cantidad), de manera de cubrir la mayor parte de la ciudad (locales comerciales, cafés, plazas, municipalidad, centros culturales, sedes comunitarias, clubes deportivos, calles concurridas, etc.).

- **Volantes o Flyer** : generalmente se entrega de mano en mano o se dejan en lugares concurridos. Su objetivo es realizar una difusión directa y personalizada en la vía pública o puntos de tránsito. Al entregar un volante uno puede conversar con la persona y contarle de qué se trata el evento.

En general, el tamaño de los volantes es pequeño, pues el transeúnte se los lleva con él, lo guarda en el bolsillo o coloca dentro de papeles. Se trata de entregarle algo que no le incomode. El volante o flyer se imprime en gran tiraje.

La ventaja de este medio está en que las personas lleven la información a su casa o lugares de trabajo. De esta forma, otros verán el mensaje y el portador se reencontrará con el volante, reiterándose la información.

Es muy importante tener en cuenta que la distribución de volantes se realiza con permiso municipal, ya que de lo contrario las personas se exponen a una multa. Cabe agregar que los volantes no pueden ser lanzados al aire, porque, además de no estar permitido, ensucian la ciudad.

- **Papelógrafos** : es publicidad con pintura sobre papel kraft, que se utiliza cuando no se tienen muchos recursos, generalmente son de corte creativo (en el lenguaje), utilizando frases innovadoras. Son de grandes dimensiones y se colocan en lugares concurridos de la ciudad.
- **Cruzacalles** : son lienzos impresos o pintura sobre tela que se coloca a altura cruzando calles o lugares estratégico de la ciudad. Las municipalidades tienen determinados los lugares donde se colocan los cruzacalles y, generalmente, cobran por el derecho a instalarlos. Sin embargo, muchas veces al tratarse de eventos culturales el municipio tiene ciertas deferencias, o bien se les puede ofrecer créditos en la imagen gráfica, como auspiciadores o colaboradores.
- **Posteras** : son impresos en PVC o tela que se instalan en los postes de la vía pública. Las municipalidades y compañías eléctricas cobran por el derecho a su instalación, al igual que los cruzacalles.
- **Pendones** : son impresos en PVC, papel o en tela. Un pendón institucional conlleva la imagen de la institución que está patrocinando o auspiciando la actividad.
- **Dípticos o Trípticos** : son impresos a dos o tres caras en tiro y retiro, y se utilizan en la difusión de una actividad o agrupación. Asimismo, es común encontrarse con estos impresos que sirven de programa para una obra o evento, con los detalles de las principales características de éste.
- **Invitaciones** : se enviarán a los líderes de opinión de la comunidad, autoridades, medios masivos y a aquellas personas que hayan tenido una especial vinculación con el proyecto. Se trata de mantener las buenas relaciones e informar al resto de los que estamos haciendo. La invitación debe estar redactada pensando en el objetivo central y a quién va dirigida. Se deberá determinar la cantidad de invitaciones respecto a nuestro mailing (listado de invitados), su diseño y distribución.

Perifoneo

Mediante un altoparlante multiplicamos nuestro sonido en el espacio, con el fin de difundir nuestra actividad. Es un medio ventajoso según la ocasión y mensaje a transmitir. Generalmente se utiliza para invitar a un evento (fiesta, circo, teatro), o para anunciar una oferta. Su principal beneficio es lo exótico de su uso en la actualidad, llamando inevitablemente la atención. Es importante mencionar el nombre de la actividad, lugar, fecha, hora y a las instituciones comprometidas.

Visualmente también podremos intervenir el espacio con expresiones que signifiquen una entrega del mensaje con imágenes realizadas en el momento o previamente producidas, que a su vez puedan incluir sonido.

Los Medios

Los medios de comunicación son aquellas instancias que nos permitirán hacer llegar nuestro mensaje a un público masivo, principalmente a través de la radio, diarios, revistas, televisión o internet.

El poder generar un contacto con los medios de comunicación será de mucha ayuda, ya que si aparecemos en ellos, se hace mucho más evidente nuestra presencia y la información se posiciona en un grupo mayor de personas. En otro sentido, difundir en los medios es muy útil al momento de fortalecer o intensificar nuestra propuesta, ya que estamos abarcando más y mejor a nuestros posibles receptores, que nos estarán reconociendo nuevamente en otros escenarios.

Para lograr que los medios difundan nuestra información hay que saber cómo está elaborado el mensaje que queremos transmitir, ya que los medios de comunicación son empresas y, por lo tanto, les interesan productos vendibles. Los medios necesitan credibilidad, por lo que es fundamental que nuestras informaciones estén avaladas por personajes reconocidos, datos, cifras, detalles, material gráfico, invitaciones a los periodistas para que conozcan las actividades directamente. En este último punto, es importante conocer a los periodistas y la sección (cultura) en que trabajan y a los corresponsales en cada región. Por otro lado, hay que tener en cuenta que los diferentes medios tienen distintos ritmos en el flujo y difusión de la información.

En algunos casos no es fácil acceder a los medios, ya que son muy solicitados y los tiempos son algo restringidos, por ello en la medida que nuestro proyecto sea capaz de motivar la presencia en los medios podremos acceder de mejor forma a ellos. Cabe aquí la importancia que tenga el proyecto desde el punto de vista de los objetivos y actividades, además de los posibles patrocinadores, auspiciadores o colaboradores que participan en él.

Diferenciamos en este aspecto tres formas de llegar a los medios: a) *Comunicado de Prensa*; b) *Conferencia de Prensa*; y c) *Visita a Medios*.

Comunicado de Prensa

Es información escrita que se entrega al periodista del medio televisivo, radial o gráfico. En éste se debe informar de la actividad que se va a realizar, señalar claramente lugar, fecha y hora. Debe ser vendible, actualizado, breve, claro y completo (que contenga el qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué). Este comunicado puede ser enviado por fax, e-mail o correo. **(Ver Anexo 8)**

Dada las características de los eventos artísticos, los comunicados de prensa deben contar con una cuota de originalidad, que permita crear cierta expectativa de lo que va a suceder.

Conferencia de Prensa

Es una reunión citada por los organizadores de la actividad, con el fin de reunir a la mayor cantidad de periodistas y entregarles la información. La conferencia debe estar precedida por un comunicado o una invitación simple. Siempre se sugiere realizar un contacto telefónico directamente con el periodista. Esta necesita más organización, por lo tanto, se requiere invitación con tiempo a los medios, comprobar que la recibieron, tener claro que se va a decir, sacar copias a las declaraciones, tener datos, documentos, etc.

Es importante tener en cuenta el día y la hora de la conferencia de prensa. En general, la información cultural en los medios gráficos y televisivos, se realiza los días jueves y viernes, por lo que es importante poder citar, en lo posible, un día miércoles. En el caso de regiones, las noticias culturales siempre son bienvenidas, pero hay que tener en cuenta que no se puede dar una información el día sábado de una actividad que se hizo un día Viernes. Es importante comenzar puntualmente, porque algunos

periodistas tendrán el tiempo contado para asistir. Las conferencias de prensa, generalmente, se realizan en la mañana.

La gran cantidad de Conferencias de Prensa a la que son citados los medios periodísticos, hace que éstas sean comunes: una mesa, cuatro panelistas, micrófonos al frente, información, preguntas y respuestas, en general en un salón Municipal y cerrado. Nunca está de más ser creativos, innovar: hacer una conferencia de Prensa al aire libre, en la plaza de un pueblo a mediodía; invitar a los periodistas a desayunar, a visitar un museo o simplemente acompañar la conferencia con una muestra.

Cuando uno cita a periodistas hay que tener material para entregarles: proyecto desarrollado, set de fotos de los grupos a participar; afiches, entre otros.

Visita a Medios

El fin de las visitas a los medios es para contar de qué trata nuestro proyecto, cuáles serán sus actividades, informando e invitando a participar en él. Para ello, contactaremos a la persona indicada para contarle lo que haremos y éste pueda a su vez darnos un espacio o difundir nuestro mensaje.

Algunos datos útiles para acceder a los medios son: visitarlos planificadamente, establecer buenos contactos con los periodistas, llevar una agenda con los nombres, teléfonos y sección (cultura) de cada periodista, los fines de semana son buenos para entregar información (noticia), ya que los periodistas de turno la andan buscando, sobre todo en regiones.

VI. ESQUINAS CULTURALES

¿Por qué una Esquina Cultural?

“La cultura está en las calles” ha sido la frase impulsora del programa Esquinas Culturales durante sus tres años de funcionamiento, años de descubrimientos, de encuentros, de consolidación, donde artistas, productores, gestores culturales, público y ciudadanos en general han compartido el desarrollo de un espacio común, abierto, creativo y dinámico, que les ha permitido observarse como comunidad desde sus creaciones artísticas hasta sus costumbres, con su propia identidad.

Desde 1998 a la fecha se han realizado más de 30 Esquinas Culturales en diferentes localidades de todas las regiones del país: Iquique, Antofagasta, Tierra Amarilla, Chañaral, Vallenar, Ovalle, San Antonio, San Fernando, San Clemente, Constitución, Chillán, Tomé, Temuco, Ancud, Castro, Coyhaique, Punta Arenas, Lo Prado, La Pintana, Pudahuel y muchas otras.

Las Esquinas han demostrado ser un modelo apropiado de inserción territorial, que propende a la participación activa de la comunidad en un proceso cultural, que como tal avanza cada vez que se instalan inquietudes dentro de la comunidad, y en donde la autogestión nace respondiendo a las necesidades comunitarias, en este caso aquellas de tipo artístico-cultural, que incentivan el desarrollo de una mejor vida individual y colectiva.

¿Qué son las Esquinas Culturales?

Las Esquinas Culturales se presentan como una metodología desde la cual gestionar y ejecutar programas de acción cultural, enfocado hacia el trabajo específico de la participación comunitaria en la implementación, diseño y producción de una actividad cultural. Es la propia comunidad quien desarrolla su proyecto cultural.

En las comunas que se realizan las Esquinas se vive un proceso de 3 a 5 meses de autogestión, durante el cual se trabaja en la producción de una gran muestra, como un espacio alternativo de creación, difusión y participación cultural de intercambio. Este evento se realiza en un espacio público, donde tienen cabida todas las manifestaciones culturales y/o artísticas existentes en la comunidad.

Para el éxito de una Esquina es importante la participación y coordinación de los distintos actores locales. Tanto los creadores, artistas, organizaciones sociales y/o culturales, los privados y las autoridades deben concentrar sus esfuerzos para un propósito colectivo: la cultura en las calles de su comunidad y desde su propia realidad.

La Comunidad en Movimiento

Las esquinas, las calles, las plazas, son el espacio físico donde hemos desarrollado nuestro trabajo durante estos años, horas de creación artístico-cultural activa y comprometida. Este trabajo se realiza con personas inquietas, responsables, alegres, activas, quienes impulsan los procesos culturales y, demandan y producen el desarrollo del lugar donde viven.

Son las personas quienes integran la comunidad sujeto y objeto de un programa como las Esquinas Culturales. Desde la Autoridad es fundamental propender al fortalecimiento de la organización comunitaria, una comunidad que cree en sí misma desarrolla todo su potencial para continuar adelante. Una comunidad activa es una comunidad que aporta, que propone soluciones, que potencia el desarrollo local en materia artístico-cultural, se cuida a sí misma, cree en sus personas y se manifiesta.

La participación integra a la comunidad y legitima los programas que nacen desde la institucionalidad. La participación incluye. Este es el gran desafío de las Esquinas, la participación de la comunidad en su propio desarrollo cultural.

Las Esquinas para los Jóvenes

Espacios, espacios, los jóvenes piden espacios, ¿dónde están esos espacios? Hay que buscar alternativas: ¿por qué no utilizar las calles, si son espacios públicos que cada uno de nosotros puede utilizar? Las Esquinas nacen por los jóvenes, son ellos quienes hoy nos demandan atención y respaldo, atención para mostrarnos lo que les gusta hacer y respaldo para poder desarrollarse.

Las inquietudes juveniles buscan nuevos proyectos de vida, procesos y desarrollos, ¿por qué no apoyarlas? En la mayoría de las comunas y localidades de nuestro país los jóvenes son mayoría, son los constructores de nuestro desarrollo actual, sus ideas son las que necesitan la fuerza para concretarse y, la idea de las Esquinas es atender las inquietudes de los jóvenes de la comuna, con un espacio para que puedan expresarse desde la creación artística, para su desarrollo integral.

Esquinas Culturales v/s Identidad

Existen rasgos, imágenes, ideas, tradiciones, instituciones, que marcan la diferencia entre las distintas comunidades en un mismo país, más allá de la aproximación de la palabra identidad, queremos atender al fortalecimiento de los rasgos que identifican una comunidad de otra, no por competencia, sino por rescate. Queremos que la comunidad a través de una Esquina Cultural se observe, se conozca, se autovalore, se resguarde, se exprese y crezca desde su propia identidad.

Tres Años de Esquinas Culturales

La Experiencia de Castro – Chiloé 2000

De más está decir que Chiloé es una isla y si sólo pensamos en el sentido semántico de la palabra y nos remitimos al término **aisla** do, podremos decir que Chiloé es un territorio que se desprende del continente y se precipita hacia el Pacífico. Debe ser uno de los pocos lugares en Chile donde el sol sale por el mar en la costa interior de la isla.

Para llegar a Chiloé hay que atravesar el Canal de Chacao, media hora de trayecto nos va introduciendo a un país distinto, así como Raúl Ruíz asegura “Chiloé es Chile llevado al extremo, más intenso, más raro, más fuerte, más poético”.

Si a todo esto sumamos la presencia indígena huilliche y las fuertes creencias en los mitos y leyendas de la Isla, nos encontramos ante un territorio tremendamente interesante, sólido y único.

Todos estos avatares, tanto geográficos como culturales hacen de la gente de esta tierra personas como mucha garra, entereza y dedicación, pero sobre todo poseedores de una tremenda solidaridad.

Es en este escenario donde el programa Esquinas Culturales se inserta en el territorio, no sin dificultades pero con fuertes deseos y esperanzas.

“La primera patita” como diría una de las cuecas huachacas, sería buscar al “personaje”, decimos esto porque lo más importante en el éxito de esta experiencia será la elección del productor local. En este caso, Alejandro Barrientos, “El Pocho”, se presentó como la carta más acertada para asumir este extraño y nuevo desafío.

No sin dificultades, ya que cuando uno emprende una tarea de esta naturaleza la cabeza comienza

a desordenarse. Así, todo comienza como siempre: ¿adónde voy? ¿Quiénes deben participar? ¿Cómo acercarme a ellos? ¿Dará resultado?. Y te das cuenta que tienes un millón de pesos y que con eso muy poca gente te va a creer, porque en estos tiempos “el money” es lo único que parece importar. Aunque, obviamente, sigo creyendo que para que el programa crezca deben crecer los recursos. Ahora, una Esquina con 30.000.000 no es nada si no se tiene al público cautivo como se tuvo en Chiloé.

Primero que nada, el “Pocho” se olvidó de los artistas “consagrados” para trabajar con los jóvenes. Con el ímpetu juvenil y con esa mezcla de inocencia y picardía que tiene el chilote, partió la Esquina Cultural. Estos chicos de la Esquina más algunos artistas mayores participaron activamente de la primera parte de este proceso, el “Taller de Producción”. Fueron tres días donde se compartieron ideas de vida, de mundo, experiencias personales y colectivas. De ahí, brotaron ideas tan locas como las de Mario Contreras sobre un proyecto llamado “Disparen a los plásticos”, descubrimos la fuerza de un grupo de chicas de Liceo, encontramos el deseo de aprender y esas ansias incansables de aquel que ama conocer cosas nuevas.

El taller culminó con la lluvia y el frío tan característico de esos lares. Una muestra artística de los chicos de Ancud transmitió los deseos del trabajo final e hizo romper las fronteras de disputa que existen entre Ancud y Castro, que ya son tradicionales, tanto a lo largo de nuestro territorio, como en otras ciudades del mundo. Allí todo quedó a la espera de Maite Lobos, la diseñadora teatral que ayudaría a los participantes de la Esquina a encontrar un “concepto” que fuera transversal a todo el desarrollo de la Esquina, un concepto que nos hiciera pensar en una unidad.

En el taller de Maite ellos quisieron realizar un viaje hasta el pasado, descubrir en lo más hondo de su ser ese eslabón perdido de la historia de la isla que sobre todo a los jóvenes nunca les tocó vivir. “No quiero retratar esa visión pastoril que existe de Chiloé” decía hace algunos días el cineasta Andrés Wood. Al observar la idea central encontrada por los jóvenes de la Esquina para su evento final uno puede pensar en las palabras dichas por Wood, pero al darse cuenta que la esencia proviene de la misma vida interior de estos chilotes, no puede dejar de pensar que se trata de una de un resultado verdadero.

Así, a mediados de octubre, concluye una semana intensa con Maite. Extraño era ver a los jóvenes isleños observando diapositivas con trajes del Teatro NO, el kabuki o la ópera de Pekín, era como estar viendo “Los Sueños” de Kurosawa. Debemos encontrar el “Gestus Global” decía Maite en una de sus clases. Y como si por ser una isla Japón, tan lejano de Chiloé, fue capaz de darles luces de lo que debían hacer.

Aquí comienza la aventura más delirante: muestras de cine chileno acompañan a la Esquina en su primera parte, pintura con niños cerca de la primera locomotora de la isla. La idea central fue “El viaje”, el gestus global fue “El viaje”. Estos jóvenes chilotes viajaron tanto metafórica como literalmente.

Un día de sol, como pocos en la isla, este grupo de jóvenes se embarcaba en dos lanchas, una batería, una guitarra eléctrica, micrófonos, equipos, dos grupos de Danza, viajaron desde Castro a la localidad de Yutuy, un poblado rural de la isla ubicado a una hora por agua de Castro. Allí cantaron y bailaron frente a la Iglesia por cerca de cuatro horas. Los lugareños agradecieron la entrega de los jóvenes, y al atardecer, con esa alegría de haber dado mucho, volvieron a Castro.

Luego vino el rock en la plaza, y como si el cielo se hubiera confabulado nuevamente a favor de la Esquina, comenzó a llover en el mismo momento que terminaba el espectáculo.

Después el viaje final, una obra de teatro creada por los mismos jóvenes. El tren saliendo de la estación hacia el pasado, pasando por la historia de los pueblos originarios, los brujos, hasta llegar al terremoto que fue el punto inicial de la reconstrucción de la isla. Participaron más de 120 artistas

jóvenes, con el desafío de colocar en escena la danza, el teatro, la música, la plástica como una unidad.

La recompensa por lo hecho no se hizo esperar, los comentarios, bendiciones y aplausos, y al final una carne con papas mayo y un buen vino.

Viendo todo esto uno se da cuenta que los procesos culturales distan mucho de ser una repartija de fondos, tienen que ver directamente con las relaciones humanas, con involucrarse en la vida del otro, conocer sus pasiones y sus anhelos.

Christian Ahumada
Programa Esquinas Culturales

Te Invitamos a participar con entusiasmo de la Esquina que se realizará en tu comunidad, para que de este modo incentivemos la construcción de Movimientos Culturales, que fortalezcan el desarrollo de tu ciudad y sus habitantes.

ANEXOS

CARTA GANTT

Actividades	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Responsable(s)
Actividad 1	■							
Actividad 2		■						
Actividad 3		■						
Actividad 4		■						
Actividad 5			■					
Actividad 6				■				
Actividad 7					■			
Actividad 8					■			
Actividad 9						■		

TERMINOS ADMINISTRATIVO-CONTABLE

Exención de Impuestos

Para eventos artístico-culturales, que cuentan con el respaldo de la Secretaría Regional Ministerial de Educación, la cual emite una autorización de exención del pago de impuestos, generalmente para el pago de entradas.

Boleta

Comprobante de Compra y Venta de un bien o conjunto de bienes determinado, que implica el pago de un impuesto del 18% por cada bien u operación que se realiza, generalmente se efectúa por parte de una Persona Natural con un tercero.

Factura

Comprobante de Compra y Venta de un bien o conjunto de bienes determinado, que implica el pago de un impuesto del 18% por cada bien u operación que se realiza por parte de una empresa o institución, que posteriormente puede descontar este pago mediante la declaración de impuestos, en relación a lo pagado y vendido.

Cotizaciones

Instrumento informativo que permite solicitar y estimar los gastos de un determinado bien o servicio. Generalmente tiene un plazo definido de validez y determina las formas de pago a efectuar, eventualmente puede tener un carácter normativo, por lo cual se debe dejar acordado las condiciones que involucrará la operación de compra y venta.

Boleta de Honorarios

Comprobante del pago de servicios realizados por parte de una persona natural ante un tercero, que implica el descuento de un impuesto del 10% del valor total, que es retenido por la Tesorería General cada año y recuperado según un monto máximo, en la declaración de impuesto a la renta del año siguiente.

Contrato

Implica una relación de derechos y deberes acordados entre dos partes, que se obligan a cumplir lo establecido bajo las condiciones que han definido. Permite además realizar las cotizaciones previsionales mensualmente. Es un instrumento de carácter normativo.

Precio Bruto / Precio Líquido

El precio bruto de un bien o servicio es aquel que contempla el pago de impuestos y el precio líquido es aquel que no lo incluye.

FORMULARIO TIPO DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

1. Identificación del Responsable del Proyecto

Nombre Completo	
Rut	
Edad / Fecha de Nacimiento	
Dirección	
Teléfono	
Correo Electrónico	
Comuna	
Región	

2. Identificación del Proyecto

Título del Proyecto	
Area de Desarrollo Artístico-Cultural	
Fecha de Realización	
Localización (Región - Comuna - Localidad)	
Monto de Inversión Total (\$)	

<p>Objetivos del Proyecto</p> <ul style="list-style-type: none"> • General • Específicos
<p>Fundamentación / Justificación del Proyecto</p>
<p>Descripción del Proyecto</p>

Beneficiarios <ul style="list-style-type: none"> • Directos: • Indirectos

Actividades a Desarrollar

Nombre de la Actividad	Descripción de la Actividad

Cronograma de Actividades

Nombre de la actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Responsables

Presupuesto

EGRESOS (Item)	Mes1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Total
Total						

Aportes al Proyecto

Nombre de la Institución	En qué consiste el Aporte	Monto en pesos

CARTA DE PRESENTACION

ESQUINAS CULTURALES

La cultura está en las calles

Señor
Esteban Rodríguez
Jefe de Marketing
Minera El Carmen S.A
Presente

De nuestra consideración:

El *Programa Esquinas Culturales*, de la División de Cultura del Ministerio de Educación, en conjunto con la Ilustre Municipalidad de Andacollo, desarrollarán durante 4 meses este programa de cobertura nacional, que tiene como objetivo generar capacidades y espacios para el desarrollo cultural local, en conjunto con la propia comunidad y en especial con los jóvenes.

Durante este período se realizarán variadas muestras artísticas y culturales en diversos lugares de la comuna, con eventos de masiva concurrencia y de gran cobertura informativa.

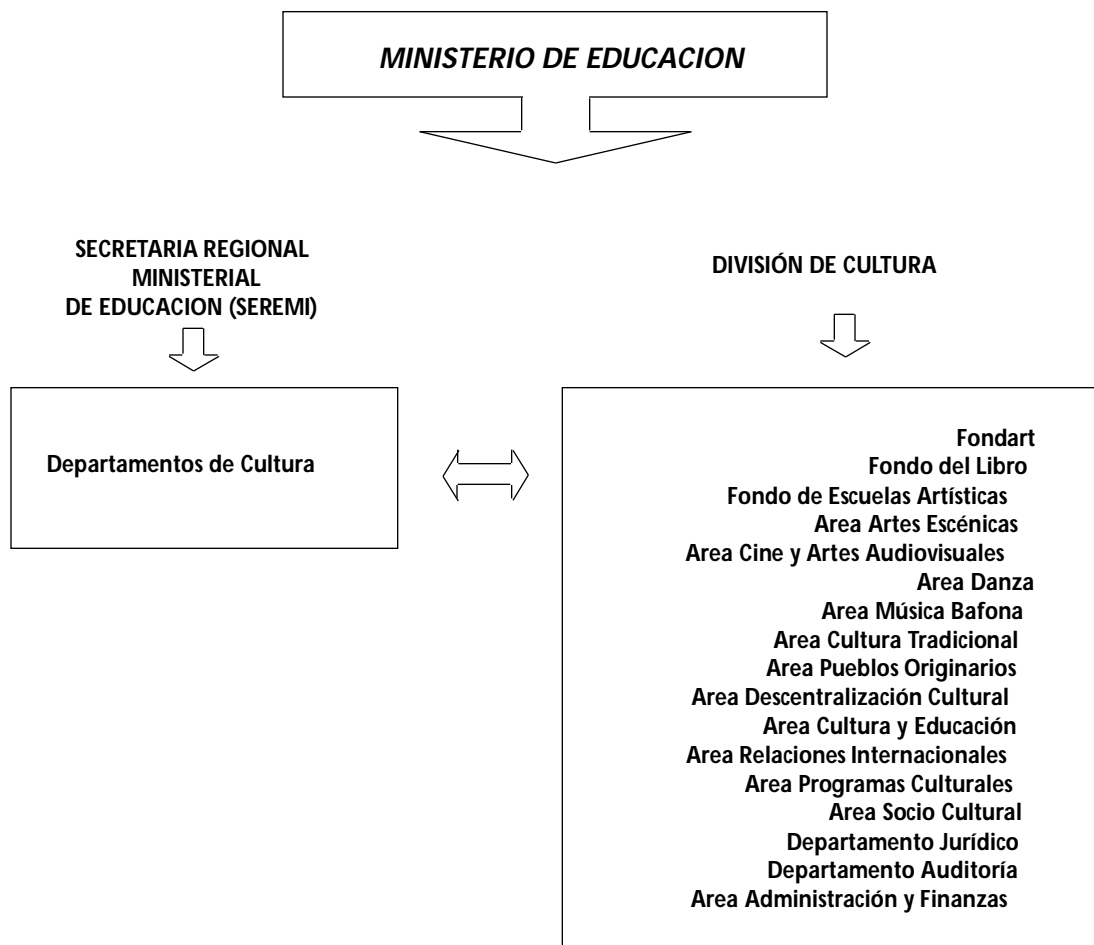
Andacollo como representante de la IV Región a nivel nacional del programa, tiene por delante un compromiso ineludible con el desarrollo de la cultura, del cual creemos que su empresa no puede estar fuera.

Las actividades programadas, cuentan con un completo plan de difusión a nivel comunal y regional, que incluyen avisaje publicitario en medios de comunicación masiva, tales como televisión, radio y medios escritos, además de afiches, lienzos, cruzacalles y volantes. El aporte que podamos recibir de usted será de infinita importancia para la cultura y de un excelente espacio para la vinculación de su empresa con el desarrollo de Andacollo.

Agradeciendo de antemano su colaboración y, esperando su apoyo y una favorable acogida a nuestro proyecto, se despide atentamente de usted,

Alex Olivares
Productor Local
Programa Esquinas Culturales

MINISTERIO DE EDUCACION



FUENTES DE FINANCIAMIENTO CULTURAL

I. ORGANISMOS PUBLICOS

MINISTERIO DE AGRICULTURA

Instituto de Desarrollo Agropecuario (Indap)

- Fondo Proyectos Productivos: Programa "Talleres de Formación y Capacitación de Mujeres Rurales".
- Turismo Rural.

MINISTERIO DE ECONOMIA

Corporación de Fomento de la Producción (Corfo)

- Programa Fomento del Cine de Largometraje: " Apoyo para el Desarrollo de Proyectos de Realización Cinematográficos".
- Programa Fomento del Cine de Largometraje: " Apoyo a la Distribución y Comercialización Nacional de Largometrajes".
- Proyectos Asociativo de Fomento, PROFO: " Apoyo a las Empresas que se Asocian para Competir".
- Fondos de Asistencia Técnica, FAT. " Apoyo al Mejoramiento de la Gestión Empresarial".

Servicio de Cooperación Técnica (Sercotec)

- Programa para el Desarrollo Competitivo de la Microempresa

MINISTERIO DE EDUCACION

División de Cultura

- Consejo Nacional del Libro y la Lectura.
 - " Concurso de Proyectos de Fomento del Libro y la Lectura"
 - Area 1: Fomento Bibliotecario
 - Area 2: Fomento de la Lectura y Escritura
 - Area 3: Capacitación
 - Area 4: Fomento del Libro
 - " Concurso Mejores Obras Literarias de Autores Nacionales"
 - Area 1: Obras Inéditas
 - Area 2: Obras Editadas
 - " Programa de Becas para Profesores y Bibliotecarios"
 - " Concurso Nacional de Literatura Infantil en la Modalidad de Obras Inéditas"
 - " Adquisición de Libros de Autores Nacionales"
 - " Programa de Becas de Creación Literaria para Escritores"
 - " Concurso Crónicas Regionales"
- Fondo Concursable de Escuelas Artísticas
- Fondo de Desarrollo de las Artes y la Cultura, FONDART.

- “ Concurso Nacional de Proyectos Artísticos”
- “ Concurso Regional de Proyectos Culturales”
- Fondo Iberoamericano de Ayuda a la Cinematografía, “ Programa Ibermedia”
- Teatro Itinerante de Chile: “ Concurso Nacional de Proyectos de Itinerancia Teatral”

División de Educación General

- Proyectos de Mejoramiento Educativo (PME) para Enseñanza Básica, Enseñanza Media y Educación de Adultos.

Comité de Donaciones Culturales

- Ley de Donaciones Culturales

Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica (Conicyt)

- Fondo Nacional de Investigación Científica y Tecnológica (FONDECYT)
 - “ Concurso Nacional de Proyectos de Investigación en Líneas Complementarias 2002”
 - “ Concurso Nacional Regular de Proyectos de Investigación Fondecyt 2003”
 - “ Concurso Nacional Especial de Proyectos de Postdoctorado 2003”

MINISTERIO DEL INTERIOR

División Económica

- Fondo Social de la Presidencia de la República

Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo (Subdere)

- Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR)
- Inversión Regional de Asignación Local (IRAL): “ Programa Mejoramiento Urbano y Equipamiento Comunal”

Secretaría Ejecutiva del Programa Beca Presidente de la República

- Beca Presidente de la República

MINISTERIO DE PLANIFICACION Y COOPERACION (MIDEPLAN)

Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (Conadi)

- Concurso a la Formación Especializada de Profesionales y Técnicos Indígenas
- Programa Aplicación Diseño Curricular y Pedagógico Intercultural Bilingüe
- Programa de la Mujer. “ IV Concurso Fondo Sociedad Civil, Plan de Igualdad de Oportunidades, Mujeres, Pueblos Indígenas, Superación de la Pobreza y Desarrollo Sustentable, Región Metropolitana 2001”
- Programa Piloto de “ Promoción y Difusión de los Derechos de la Mujer y la Familia Indígena”
- Apoyo a la Celebración de Tradiciones y/o Conmemoración del Día Nacional de los Pueblos Indígenas

Fondo de Solidaridad e Inversión Social (Fosis)

- Programa de Preinversión
- Programa de Promoción
- Programa de Desarrollo Social
- Programa de Fomento Productivo

Fondo Nacional de la Discapacidad (Fonadis)

- Concurso Nacional de Proyectos 2001

Unidad de Becas

- Programa de Becas Presidente de la República para Postgrados en el Extranjero
- Programa de Becas Presidente de la República para Postgrado en Chile, para Profesionales de la Administración Pública

MINISTERIO DE OBRAS PUBLICAS**Dirección de Arquitectura**

- Concursos Públicos de Arte en Edificios y Espacios Públicos

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES**Dirección de Asuntos Culturales (Dirac)**

- Programa de Apoyo a Proyectos y Actividades Culturales en el Extranjero

Dirección de Promoción de Exportaciones (ProChile)

- Fondo de Promoción de Exportaciones: "Concurso Nacional de Promoción de Exportaciones"

MINISTERIO DE VIVIENDA Y URBANISMO**División de Desarrollo Urbano**

- Programa de Mejoramiento Comunitario

MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO**Secretaria de Comunicación y Cultura**

- Concurso Abierto de Teatro Chileno Contemporáneo (Muestra de Dramaturgia Nacional)

MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE LA PRESIDENCIA**Comisión Nacional del Medioambiente (Conama)**

- Concurso Nacional del Fondo de Protección Ambiental

COMISION PRESIDENCIAL DE INFRAESTRUCTURA CULTURAL

- Fondo Nacional de Infraestructura Cultural

2. ORGANISMOS AUTONOMOS

Consejo Nacional de Televisión (CNTV)

- Fondo de Apoyo a Programas Televisivos Culturales o de Interés Nacional o Regional (Fondo Consejo Nacional de Televisión)
- Fondo de Antena

Corporación Cultural “Balmaceda 1215”

- Beca Artística de Estudios Superiores:
 - Especialidad en Danza
 - Especialidad en Música
 - Especialidad en Plástica
 - Especialidad en Teatro
- Premio Fundación Mustakis

Municipalidades

- Fondo de Desarrollo Vecinal (FONDEVE)

Servicio Nacional de la Mujer (Sernam)

- Fondo de Apoyo a la Sociedad Civil para la igualdad de Oportunidades
- Programa de Habilitación Laboral para Mujeres de Escasos Recursos, preferentemente Jefas de Hogar

3. ORGANISMOS PRIVADOS

Corporación Amigos del Arte

- Concursos de Becas Amigos del Arte

Corporación Amigos del Teatro Municipal

- Programa de Becas de Amigos del Teatro Municipal

Fundación Andes

- Programa de Creación e Investigación Artísticas
- Programa de Estudios Superiores Artísticos en el Extranjero
- Programa de Fortalecimiento de la Formación Musical
- Programa de Apoyo a Orquestas Juveniles y Bandas Escolares
- Programa de Apoyo a Museos, Bibliotecas y Centros Culturales

LEGISLACIÓN CULTURAL

Síntesis de las principales leyes y reglamentos relacionados con el desarrollo artístico cultural.

- **Ley de Fomento del Libro y la Lectura**
Crea un Fondo Nacional de Fomento del Libro y la Lectura, destinado a financiar proyectos y programas de fomento en esas materias.
- **Ley sobre Propiedad Intelectual**
Establece la protección de los derechos de los autores de obras literarias, artísticas y científicas, cualesquiera sean su forma de expresión y sus derechos derivados.
- **Ley sobre Monumentos Nacionales**
Las normas legales y reglamentarias que regulan la conservación, restauración, difusión, financiamiento y comercialización del patrimonio cultural chileno se encuentran dispersas en cuerpos legales de distinto rango y alcance, tales como el artículo 19 de la Constitución Política del Estado, la Ley General de Urbanismo y Construcciones, la Ley de Pueblos Indígenas.
- **Ley de Ejercicio y Difusión de las Artes**
Establece normas en favor del ejercicio, práctica y difusión de las artes y, en general, del patrimonio cultural de la Nación.
En el Artículo 6° de esta Ley se determina que los edificios públicos deberán ornamentarse exterior o interiormente, con obras de arte. El Ministerio de Educación, por medio de la Comisión Nemesio Antúnez, decidirá los lugares y edificios que deban cumplir esta obligación y calificará las obras de arte propuestas, aceptándolas o rechazándolas

LEYES DE DONACIÓN

- **Ley de Donaciones Culturales**
Legalmente se establece un modo de financiamiento de actividades, bienes y proyectos artístico y culturales, mediante un mecanismo en que el Estado y el sector privado participan en la calificación y el financiamiento de proyectos que se acogen a este beneficio. El Fisco aporta un 50% del financiamiento, al renunciar al cobro de ciertos tributos y los privados el otro 50%. En una nueva modificación contempla la ampliación del universo de beneficiarios, la posibilidad de presentar espectáculos y exposiciones con entrada pagada, y de efectuar aportes en especies, entre otras.
- **Ley de Donaciones a Universidades**
Permite a personas o empresas, que pagan Impuesto Global Complementario o el Impuesto de Primera Categoría de la Ley de Renta, efectuar donaciones a universidades e institutos profesionales.
- **Ley de Donaciones para Proyectos Educativos**
Autoriza a los contribuyentes la rebaja de un 50 por ciento del impuesto de Primera Categoría por las donaciones con fines educacionales, para un proyecto educativo determinado.
- **Ley de Donaciones y Herencias**
La Ley de Donaciones y herencias N° 16.271 del año 1965 en su Artículo 18, exime del pago de impuestos a las asignaciones y donaciones que se dejen o hagan a la beneficencia pública chilena, a las municipalidades y a las corporaciones o fundaciones de derecho público costeadas o subvencionadas con fondos del Estado, y a aquéllas cuyo único fin sea la beneficencia, la difusión de la instrucción o el adelanto de la ciencia en el país.

FUENTE

Página Web: www.culturachile.cl

COMUNICADO DE PRENSA

La Cultura Está en las Calles

Esquinas Culturales

Tocopilla 3 de Agosto de 2001

El Programa Esquinas Culturales de la División de Cultura del Ministerio de Educación convoca a la **Primera Esquina Cultural de Tocopilla** con un gran evento Artístico, a realizarse el 31 de Agosto, a las 19:30 hrs., en el Pasaje Esmeralda esquina Teniente Uribe.

Es la propia comunidad y, especialmente los jóvenes de la comuna de Tocopilla, quiénes han gestionado y producido esta muestra, los que esperan una asistencia masiva de público y presencia de los medios de comunicación, como compromiso y apoyo ineludible con la cultura y el desarrollo local. Entre algunos de los participantes que estarán presentes, se encuentran:

- Batucada Grandao du Samba (2do lugar en el Festival de Mejillones).
- Grupo Moderno Generación 2001.
- Mimos de Compañía de Teatro (itinerancia 2000 II y III región).
- Savia Familia Artística (hip hop).
- Proyección 2001.
- Yasmelin Castillo (cantante).
- Ronny Carrasco (trompetista).

Este Programa, que desde el 3 de Julio de este año se lleva a cabo en la comuna de Tocopilla, II Región de Antofagasta, tiene como objetivos el poder gestionar y ejecutar programas de acción cultural, enfocado hacia el trabajo específico de la participación comunitaria en la implementación, diseño y producción de una actividad cultural, utilizando los espacios públicos como escenarios de permanente interacción entre los actores culturales.

Esta fiesta, sin precedentes en la Provincia, se extenderá por dos días y se espera la concurrencia de aproximadamente 1.500 personas provenientes de diversas localidades de la segunda región. Lo invitamos para hacerse parte de un proceso que nos pertenece, y especialmente para esta masiva y gran muestra con artistas de nuestra Tocopilla.

Agradeciendo de antemano su colaboración y esperando contar con su valiosa labor informativa, saluda a usted,

José Antonio Araya

Productor Local Programa Esquinas Culturales

ASOCIACIONES

Persona Natural

Todo individuo de la especie humana cualquiera sea su edad sexo, estirpe o condición.

Persona Jurídica

Persona ficticia capaz de ejercer derechos y/o contraer obligaciones civiles y de ser representada judicial y extrajudicialmente. Para todos los efectos debe contar con un representante legal de sus operaciones.

- **Organizaciones Comunitarias / Culturales**

Organizaciones con Personalidad Jurídica sin fines de lucro, que tienen por objetivo representar y promover valores e intereses artístico-culturales dentro del territorio de una comuna o agrupación comunal (Centro Cultural y Artístico Comunitario). Se conforman mediante asambleas, que determina los estatutos y elige un directorio, con un funcionario municipal designado por el Alcalde, un notario o un oficial del Registro Civil. Dicha acta de constitución se presenta junto con los estatutos en la Secretaría Municipal, la cual otorga la personalidad jurídica correspondiente, inscribiendo la organización en el registro de público de organizaciones comunitarias, una vez cumplido los requisitos que la ley consagra.

- **Corporaciones Culturales**

Entidades de derecho privado, sin fines de lucro, que persiguen objetivos llamados "ideales", por ejemplo el desarrollo y promoción del arte y la cultura. Son Personas Jurídicas, por lo que pueden adquirir y ejercer derechos, contraer obligaciones civiles y ser representadas judicial y extrajudicialmente. Su conformación está sujeta a estatutos y principios que la rigen. Su funcionamiento está dado por la autorización del Ministerio de Justicia junto al Consejo de Defensa del Estado, quien otorga la Personalidad correspondiente luego de los procedimientos administrativos y jurídicos correspondientes.

- **Fundaciones Culturales**

Entidades sin fines de lucro constituidas en torno a un conjunto de bienes destinados a cumplir un fin cultural determinado por la voluntad de uno o más fundadores, comprometiendo un patrimonio para llevar adelante ciertos fines ideales. Al igual que las Corporaciones deben cumplir con ciertos requisitos ante el Ministerio de Justicia, quien junto con el Consejo de Defensa del Estado, ante la Contraloría General de la República autoriza su funcionamiento.

- **Juntas de Vecinos**

Representan a los residentes en una determinada unidad vecinal, que es el territorio en el que se subdividen las comunas. Entre sus funciones se establece el impulsar la creación, la expresión artística, cultural, deportiva, los espacios de recreación y encuentro de la comunidad vecinal.

- **Organizaciones Culturales con Fines de Lucro**

Cada organización deberá tener una estructura legal de funcionamiento. Las formas de

operar están dadas a través de:

- **Persona Natural**, como único constituyente de una empresa.
- **Sociedades de Hecho**, conformadas por socios que responden con su patrimonio personal ante las acciones de la empresa.
- **Sociedades de Derecho**, conformadas por socios que ante escritura pública responden hasta la participación de los capitales invertidos en la empresa. Asimismo, se puede constituir por Sociedades de Responsabilidad Limitada mediante escritura pública, ante el conservador de bienes raíces e inscripción en el registro de comercio, o Sociedad Anónima Abierta que ofrece sus acciones en el mercado y Cerradas las que no lo realizan.
- **Cooperativas**, se dirige a conseguir logros económicos para el conjunto de los socios que se constituyen en una Junta General, aprobando el proyecto, los estatutos, y directivos que la conformarán, estos serán reseñados y remitidos mediante un acta, a través de la solicitud de funcionamiento junto con el anteproyecto de los estatutos, ante el Departamento de Cooperativas del Ministerio de Economía y la respectiva Subsecretaría que dictará su resolución y posterior publicación en el Diario Oficial.

Lugares Donde Solicitar Información

Juntas de Vecinos, Municipios, Gobernaciones, Intendencias,
Secretaría Regional Ministerial de Justicia.

NOTAS

NOTAS

NOTAS
