

Profesionales, PR y Práctica

Reseña sobre el primer año del curso de perfeccionamiento en “Gestión Coral” de la Deutsche Chorjugend

Por Daniel Schalz, Editor de Chorzeit Das Vokalmagazin

Los participantes del curso de perfeccionamiento “Gestión Coral” aprenden de profesionales altamente experimentados

Información e inspiración

Conciertos inspiradores, emocionantes talleres, charlas apasionantes -a mediados de febrero en esta Quinta Vokalfest Chor@Berlin, organizada por la Deutsche Chorverband (DCV), todo parecía transcurrir como en años anteriores. Sin embargo, era imposible pasar por alto el hecho de que el personal de la organización del festival era más numeroso y también mucho más joven de lo habitual: Además del equipo DCV, de probada eficacia, y el Radialsystem (un gestor de eventos de Berlín; N. del T), 15 jóvenes cantantes de coro y directores trabajaron arduamente durante cuatro días en todos los campos -en la fase de puesta en marcha, en temas artísticos o controles de ingreso, como fotógrafos para el blog y, por supuesto, como aprendices de todo.

Estos cuatro días agotadores pero emocionantes en la capital de Alemania fueron, para este extraordinario equipo de organizadores, la conclusión del curso anual “Perfeccionamiento en Gestión Coral”. Durante cuatro intensos fines de semana, los participantes y profesores con experiencia práctica habían abordado temas como marketing, relaciones públicas, recaudación de fondos y producción de conciertos, y recibieron sobrada información para su propio trabajo. Tres de los módulos se habían llevado a cabo de forma paralela a importantes eventos corales: los participantes

tuvieron una experiencia de primera mano en el noveno Certamen Coral de Alemania 2014 en Weimar, y pudieron percibir desde adentro cómo funcionó todo durante la serie de conciertos “Schlussakkord Romantik” organizada por el DCV en Renania Palatinado; y en Chor@Berlin tuvieron la oportunidad de participar activamente ellos mismos.

Los participantes pusieron directamente en práctica muchas ideas

El curso se inició con el seminario “Wir sind ganz Chor! Kulturmarke, Sozialgemeinschaft, Wirtschaftsfaktor” (Todos somos coro! una Marca Cultural, una comunidad social, un factor económico) El seminario comenzó solicitando a los participantes que desarrollaran un perfil de sus propios conjuntos; en esta tarea fueron asistidos por Moritz Puschke, Gerente del DCV, y Christian Langer, un consultor de negocios. Esto fue algo completamente nuevo para algunos de los participantes: “Fue decisivo y fundamental para mí entender lo importante que es establecer una marca de coro y desarrollarla, dice Kathrin Henschen de 25 años de edad, estudiante de musicología en la Universidad Humboldt de Berlín, que trabaja en la secretaría de la Berlin Sing-Akademie (entre otras cosas). Una idea clara de la identidad de un coro es la pieza clave”.

Muchos participantes implementaron de inmediato las competencias adquiridas durante este primer fin de semana: “Después de haber comprendido la importancia de diferenciarse de otros conjuntos y de la creación de la propia marca, inmediatamente puse manos a la obra con mi propio coro, dice Mirijam Oster, una graduada en Ciencias Culturales y actualmente estudiante de canto, que conduce dos coros y organiza el seminario dirección coral del Saarländische Chorverband. Junto con mi conjunto Querbeat estamos desarrollando un nuevo concepto coral centrado en la creatividad y la diversión – y no solamente en la calidad del canto”.

María Lehmann, una graduada en Musicología y en Gestión Musical en Berlín y París y que actualmente trabaja para la Oficina de Gestión de Proyectos del DCV, dice que el trabajo intensivo en el perfil de su propio coro le ha ayudado significativamente: “La concentración necesaria llevó a resultados asombrosos en un tiempo muy corto, dice la joven de 26 años de edad. Asimismo, en conjunto con los demás participantes y profesores con experiencia, encontramos soluciones prácticas para problemas de larga data”.

Luego de un primer fin de semana agotador, que para algunos participantes resultó un penoso proceso de aprendizaje, el segundo módulo se dedicó enteramente al guión y puesta en escena de los conciertos. Folkert Uhde, un gestor cultural que se autoproclama “diseñador de conciertos”, fue mucho más atrás en el tiempo, con el fin de mostrar de una manera sorprendente que la música clásica no siempre se ha presentado en la forma a la que estamos acostumbrados hoy en día: músicos en el escenario, y el público en filas de sillas en frente de ellos. Alentó a los participantes a probar nuevos conceptos escénicos y a pensar en la experiencia de un concierto en su conjunto: ¿Por qué no distribuir a los cantantes por todo el lugar? ¿Qué efectos son posibles teniendo en cuenta la arquitectura y la iluminación? ¿Y quién dice que en realidad no se puede comer y beber durante un concierto?

Una vez más, los participantes recibieron consejos específicos para aplicar en casa con sus propios coros: “Sobre la base de lo que hemos aprendido acerca del desarrollo escénico de un concierto, he rediseñado completamente algunos de mis conciertos”, nos dice Hannah Ewald de 27 años de edad; ella dirige un coro infantil, un coro mixto y un coro de adultos en Hamburgo. “Sobre todo, le he dado una visión más teatral a mi programa en lo que se refiere al espacio, la forma y la música”.

Las preguntas generales relativas al desarrollo teatral del concierto se completan con una visión especial de las

características específicas de pop y jazz: Nina Ruckhaber, manager del Jazzchor Freiburg, dio ejemplos claros para conciertos inusuales y al final respondió muchas preguntas relativas a su trabajo; y se intercambiaron datos de contacto. Hannah Ewald piensa: “El beneficio especial de este curso avanzado de formación es que se puede construir una red de contactos que ya mismo es de inestimable valor para mí.” Mirijam Oster, de Saarland, lo formula de una manera similar: “Este entrenamiento amplía el propio horizonte y muestra qué otras cosas están disponibles más allá del campo de la propia visión. Y, por supuesto, siempre es inspirador conocer gente interesante y sus ideas”.

Consejos de los profesionales de los coros de radio

El mismo fin de semana continuó con el tema de las relaciones públicas: el autor de este artículo compartió su experiencia como periodista y funcionario de relaciones públicas, centrándose en la importancia de las notas de prensa y las fotografías, porque éstas son la base de las relaciones públicas exitosas. Un enfoque práctico que fue adoptado también aquí y que fue bien recibido por los participantes: “El tema de la relación con la prensa, todo lo relacionado con las fotos del coro, fue muy útil para mí; tuve la oportunidad de llevar conmigo algunas muy buenas ideas y aplicarlas de inmediato en mi propio coro”, dice María Lehman, quien, a su vez, canta en varios coros.

En el siguiente módulo del curso, se amplió el tema de las relaciones públicas para incluir el marketing. Participaron como profesores invitados Sabine Germann y Rachel Sophia Dries del Departamento de Relaciones Públicas y Marketing de la Rundfunkchor Berlín (Berlin Radio Choir). Ambas aportaron ideas interesantes en cuanto al funcionamiento de un conjunto profesional de máximo nivel. Valiosos consejos sobre la obtención de fondos de patrocinio estuvieron a cargo de

Bettina Charlotte Hoffmann de Diakonie Kathastrophenhilfe (N del T.: una organización de socorros); que, entre otras cosas, se encarga de la recaudación de fondos y comunicación con donantes de “Brot für die Welt” (Pan para el Mundo).

Después de estos tres fines de semana intensivos, 15 jóvenes gerentes corales, con gran entusiasmo abordaron la organización del festival Chor@Berlin. “Incluso si tan sólo fuera por la creación de redes en toda Alemania, puedo recomendar fuertemente este programa”, dice María Lehmann. “Puedes conseguir allí muchas nuevas ideas e inspiración para tu propio coro, y te sentirás estimulado para continuar tu propio trabajo musical. “

Para más información, fechas y programa:

www.deutsche-chorjugend.de/weiterbildung_chormangement/

Traducido del inglés por Ariel Vertzman, Argentina

Revisado por Juan Casabellas, Argentina