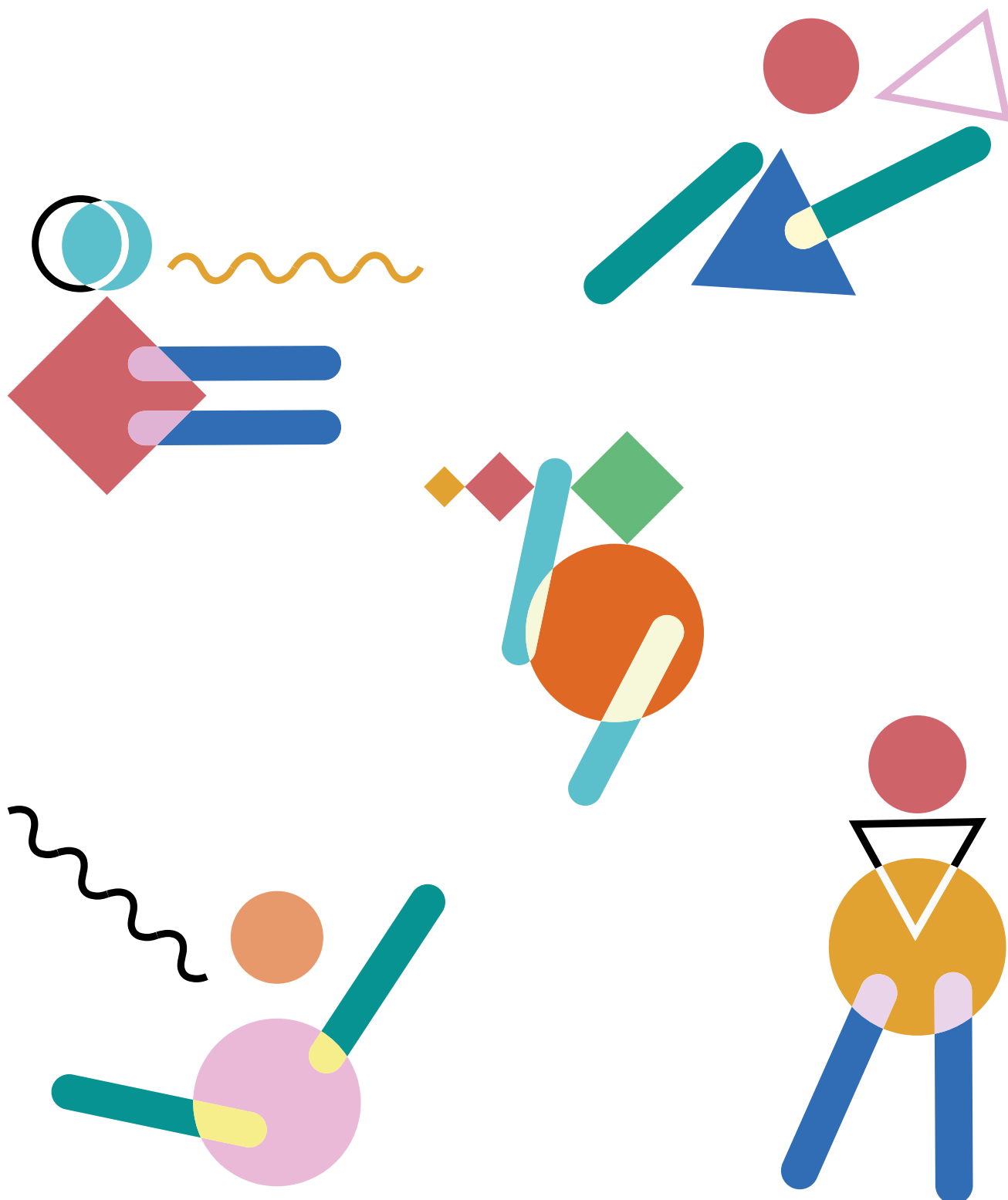


EL DESARROLLO DE AUDIENCIAS CULTURALES EN PROYECTOS DIRIGIDOS AL ÁMBITO EDUCATIVO

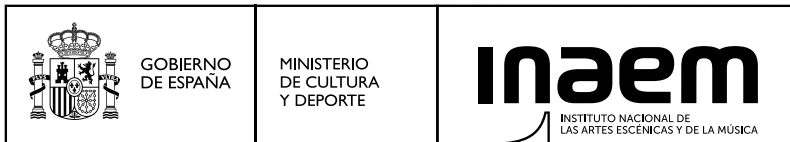
Guía de recomendaciones





audaces

Circuito Estatal de Artes Escénicas
para Audiencias Escolares



ARTES ESCÉNICAS
PARA LA INFANCIA
Y LA JUVENTUD



teveo



assitej
españa

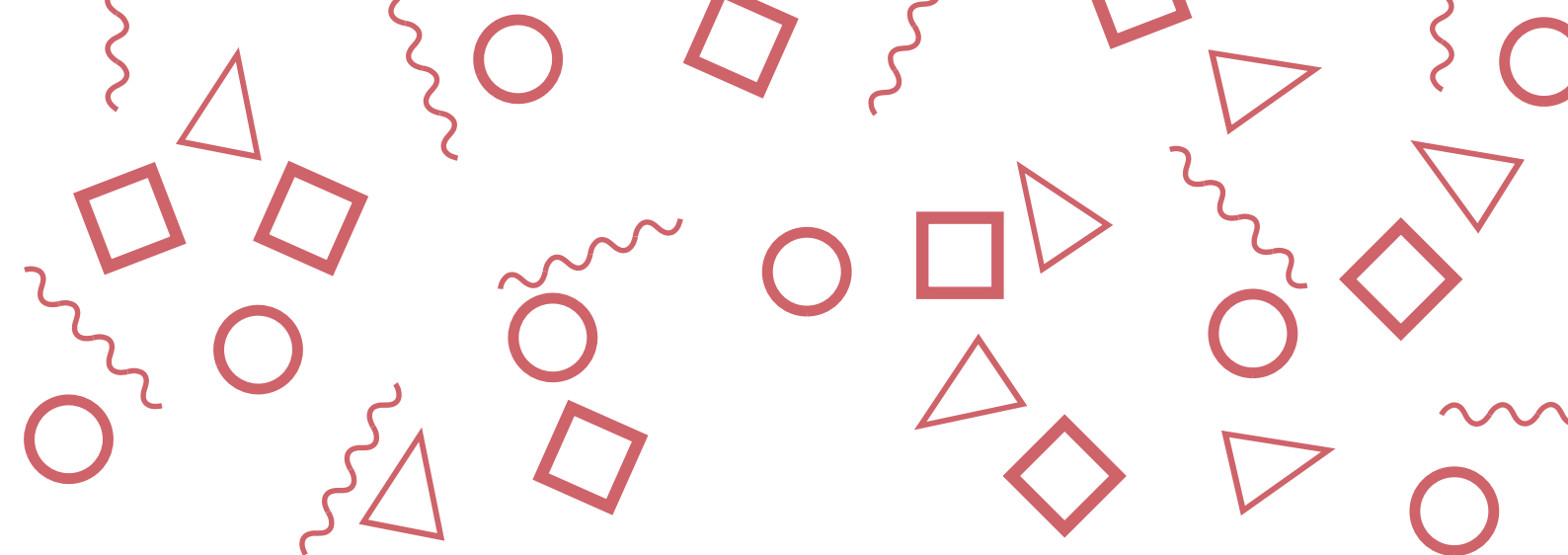
artes escénicas para
la infancia y la juventud

EL DESARROLLO DE AUDIENCIAS CULTURALES EN PROYECTOS DIRIGIDOS AL ÁMBITO EDUCATIVO

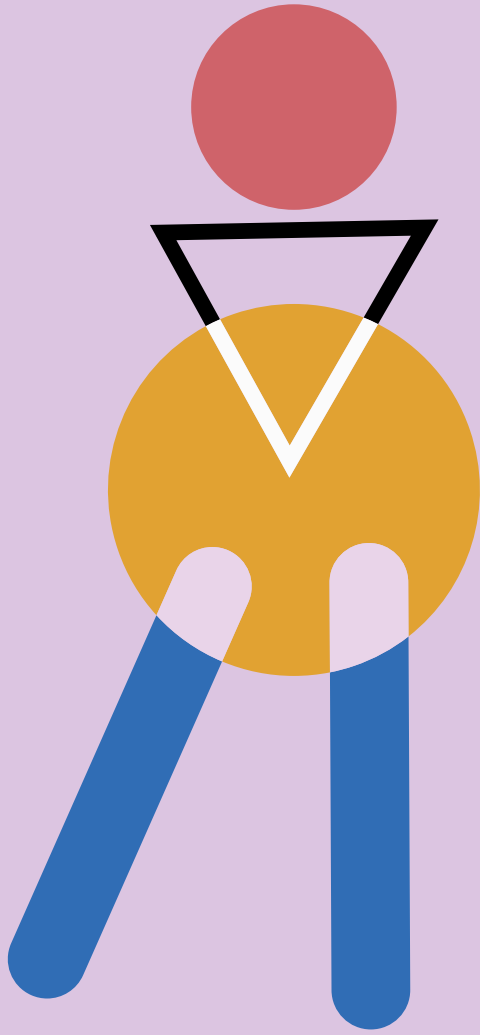
Guía de recomendaciones

ÍNDICE

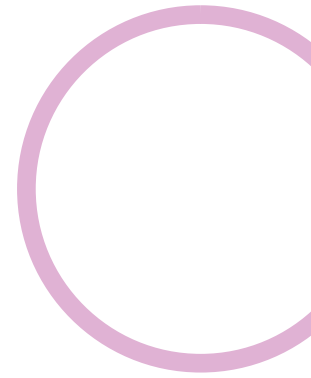
| | |
|---|----|
| 1. INTRODUCCIÓN..... | 7 |
| 2. OBSERVACIONES PREVIAS..... | 9 |
| 3. GUÍA DE RECOMENDACIONES..... | 11 |
| 3.1. DISEÑO Y PLANIFICACIÓN..... | 13 |
| 3.1.1. Analizar el contexto local..... | 13 |
| 3.1.2. Identificar tu valor como promotor/a..... | 14 |
| 3.1.3. Identificar los valores fundamentales de tu proyecto..... | 14 |
| 3.1.4. Definir las líneas de trabajo..... | 15 |
| 3.1.5. Identificar y analizar los públicos objetivos..... | 16 |
| 3.1.6. Concretar objetivos generales y específicos..... | 18 |
| 3.1.7. Diseñar el marco de evaluación..... | 20 |
| 3.1.8. Planificar la documentación y la comunicación externa..... | 30 |
| 3.2. IMPLEMENTACIÓN..... | 33 |
| 3.2.1. ENVÍO DE INFORMACIÓN..... | 33 |
| 3.2.1.1. Crear contenidos informativos de calidad..... | 33 |
| 3.2.1.2. Emplear contactos directos..... | 34 |
| 3.2.2. RESERVAS E INSCRIPCIONES..... | 35 |
| 3.2.2.1. Informar con claridad sobre el proceso..... | 35 |
| 3.2.2.2. Identificar períodos con gran carga de trabajo..... | 35 |
| 3.2.2.3. Enviar confirmaciones por escrito..... | 36 |
| 3.2.2.4. Enviar recordatorios..... | 37 |
| 3.2.3. PRECIOS, PAGO Y FACTURACIÓN..... | 37 |
| 3.2.3.1. Tener en cuenta la previsión financiera..... | 37 |
| 3.2.3.2. Tener en cuenta el gasto de transporte..... | 38 |
| 3.2.3.3. Decidir procedimiento..... | 38 |
| 3.2.3.4. Definir política de cancelación..... | 39 |
| 3.2.3.5. Invertir en herramientas de gestión..... | 39 |



| | |
|---|----|
| 3.2.4. INTERLOCUCIÓN CON LOS CENTROS..... | 40 |
| 3.2.4.1. Mantener una relación presencial..... | 40 |
| 3.2.4.2. Garantizar una atención permanente..... | 41 |
| 3.2.4.3. Garantizar condiciones laborales dignas y motivadoras..... | 42 |
| 3.2.5. DESARROLLO DE ACTIVIDADES..... | 42 |
| 3.2.5.1. Disponer los recursos necesarios para un trabajo profesional..... | 42 |
| 3.2.5.2. Apoyar al profesorado..... | 43 |
| 3.2.5.3. Garantizar condiciones para una experiencia positiva..... | 47 |
| 3.2.5.4. Atender a personas con diversidad funcional..... | 48 |
| 3.2.5.5. Estar presente..... | 49 |
| 3.2.5.6. Tender puentes con las familias..... | 49 |
| 3.2.5.7. Celebrar... ¡lo que sea!..... | 50 |
| 3.2.6. BASES DE DATOS..... | 51 |
| 3.2.6.1. Contar con una herramienta de trabajo apropiada..... | 51 |
| 3.2.6.2. Reflexionar sobre los campos de información clave..... | 51 |
| 3.2.6.3. Realizar copias de seguridad regulares..... | 52 |
| 3.2.6.4. Definir accesos..... | 52 |
| 3.2.6.5. Compatibilizar la base de datos con otras herramientas..... | 52 |
| 3.2.6.6. Centralizar bases de datos de distintos proyectos..... | 53 |
| 3.2.7. TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO..... | 53 |
| 3.2.7.1. Garantizar la continuidad del proyecto ante posibles bajas..... | 53 |
| 3.2.7.2. Garantizar el relevo intergeneracional..... | 54 |
| 3.2.7.3. Entender tu proyecto como una iniciativa que aporta positivamente a la sociedad y que trasciende tanto intereses individuales como organizacionales..... | 54 |



1. INTRODUCCIÓN



Esta es una guía realizada en 2021 en el marco de AUDACES, Circuito Estatal de Artes Escénicas para Audiencias Escolares, proyecto impulsado por el INAEM, y las asociaciones Te Veo y ASSITEJ.

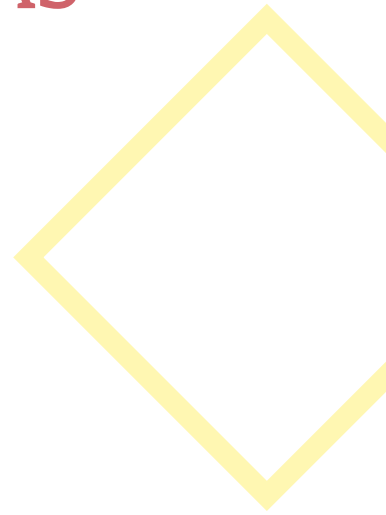
Su contenido ha sido elaborado por Teklak. Estudio de Comunicación y Audiencias, a partir de entrevistas realizadas a promotores/as de circuitos escénicos escolares consolidados en el territorio nacional y de las experiencias desarrolladas por los/as promotores/as seleccionados/as por la I edición de AUDACES para la implementación de proyectos dirigidos al ámbito educativo durante el curso 2021 – 2022.

Agradecimientos (por orden alfabético):

- Ayuntamiento de Fraga (Aragón)
- Caja de Burgos Fundación Bancaria Castilla y León (Burgos)
- Fundación Caja General de Ahorros de Granada (Granada)
- LaSala (Sabadell)
- Pupaclown Centro Escénico de Integración Social Infantil y Juvenil (Murcia)
- Sala L'Horta (Valencia)
- Teatro Alameda (Sevilla)
- Teatro Circo Murcia / Teatro Romea / Teatro Bernal (Murcia)
- Teatro La Paca (Jaén)
- Teatro Municipal del Zaidín (Granada)
- Titiriteros de Binéfar (Huesca)



2. OBSERVACIONES PREVIAS

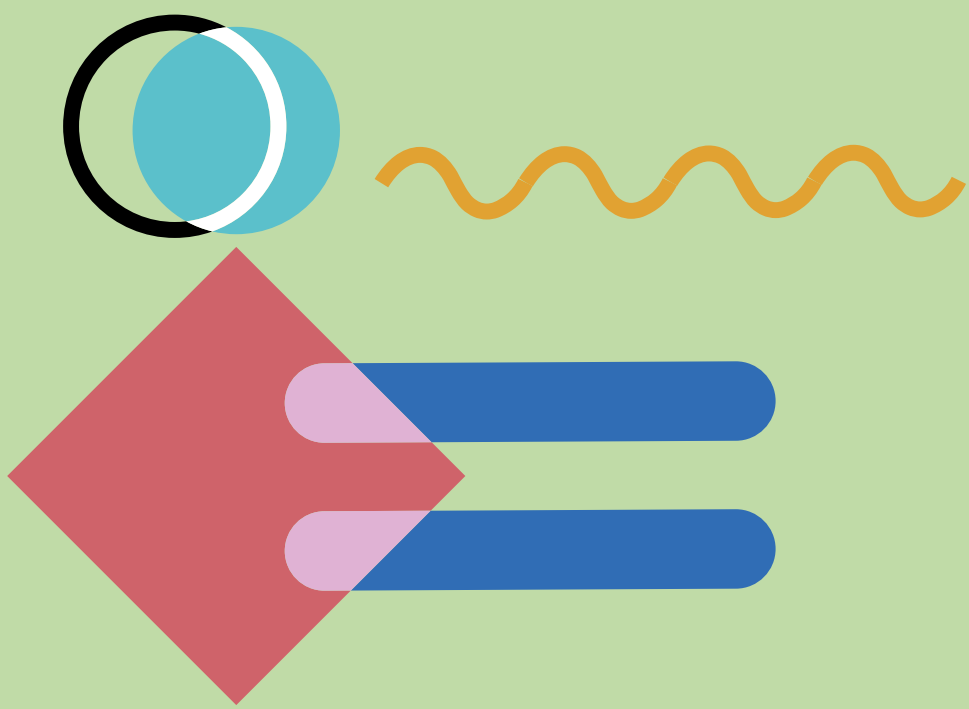


El desarrollo de audiencias se entiende, en esta guía, como un ámbito de trabajo estratégico y transversal. Así, el desarrollo de audiencias afectará a distintas áreas y estará presente en diversas fases de un proyecto.

La disparidad de realidades existentes en el campo de los proyectos culturales dirigidos al ámbito educativo dificulta la concreción de recomendaciones que sean aplicables a nivel general. Por ello, quien se aproxime a esta guía deberá saber de antemano que no todo el contenido será aplicable a su caso.

Lejos de pretender sentar cátedra, este recurso nace con el objetivo de servir como punto de partida posible para la creación de un nuevo proyecto o como una suerte de ideas para repensar iniciativas ya existentes; en todo caso, se trata de una guía cuya principal finalidad es servir de inspiración para que, cada cual, establezca su propia metodología de trabajo.

AUDACES, en su edición de 2021, publica también otros recursos de libre acceso y disponibles online. El contenido que aquí se presenta se ha diseñado con el propósito de ser complementario a ellos.



3. GUÍA DE RECOMENDACIONES



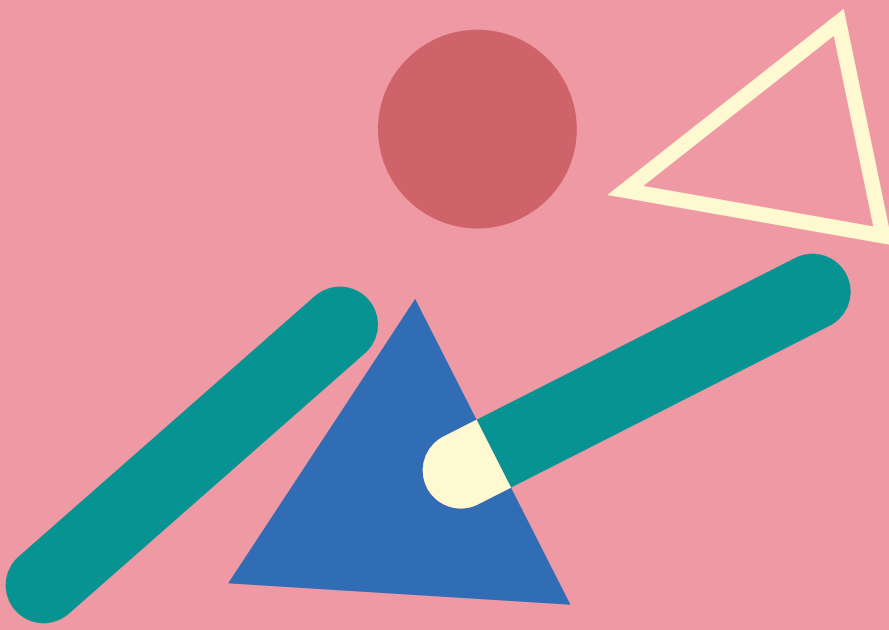
Desarrollar audiencias. Crear y consolidar vínculos con ellas. Es, probablemente, uno de los retos más importantes de todo proyecto que aspira a situar a las personas en el centro.

Como objetivo trascendental que requiere de mucho trabajo a conciencia, de (re)pensar lo que hacemos de principio a fin, porque es la única manera de que cada pieza de nuestro engranaje esté encaminada a la consecución de dicho fin.

En las próximas páginas nos moveremos a distintos niveles, ya que trataremos tanto cuestiones estratégicas como aspectos de lo más prácticos. Nos detendremos en el diseño del proyecto, que incluirá desde cuestiones como la definición de valores, el establecimiento de objetivos o la segmentación de públicos, hasta aspectos relacionados con la evaluación, la documentación y la comunicación, por considerarse estas áreas que conviene prever desde el inicio. Posteriormente, reflexionaremos sobre el envío de información a los centros, la gestión de reservas e inscripciones, los precios, pago y facturación, la interlocución con los centros, el desarrollo de actividades, las bases de datos o la transferencia del conocimiento en torno al proyecto. El orden de apartados que aquí se presenta deberá de ser alterado, probablemente, si esta se convierte en una herramienta de trabajo real; y es que (re)pensar los proyectos es un ejercicio que conlleva revisar la misma cuestión en varias ocasiones y en coherencia con el resto de decisiones que se toman a lo largo del proceso.

En cualquier caso, si bien todo cuenta no todo es aplicable en cualquier momento. Lo interesante de esta guía es que podamos coger lo que nos sirve, tener en cuenta lo que nos conviene y modificar aquello que no nos encaje.

¡Esperamos te resulte de utilidad!



3.1. DISEÑO DEL PROYECTO

Clave

Saber quién eres, dónde estás, qué quieres, qué puedes y quién te puede ayudar.

Qué puedes hacer

3.1.1. Analizar el contexto local

¿Qué otros proyectos existen en tu entorno dirigidos a los centros educativos? ¿A qué ámbitos están dedicados (disciplinas artísticas, ámbitos del conocimiento)? ¿Qué agentes los impulsan? ¿Qué condiciones de participación requieren? ¿Cuál es su nivel de consolidación?

RECUERDA

- Si tu organización está comprometida con el contexto local, es necesario que, antes de tomar decisiones, estudies cuál es la situación de tu entorno. Solo así podrás diseñar **un proyecto complementario**, que refuerce lo ya existente.
- Tu proyecto puede estar conformado por **distintas líneas de trabajo** (programación, mediación, formación, apoyo a creadores/as...). El estudio del contexto te ayudará a definir qué peso tendrá cada una de ellas.
- Si hay otras organizaciones que, en tu mismo contexto, desarrollan proyectos parecidos, trata de **crear puentes** y entender que todas formáis parte de una red que trabaja por crear y consolidar públicos culturales, y hacer confluir el arte y la educación.

3.1.2. Identificar tu valor como promotor/a

Habiendo analizado el contexto, ¿cuáles son tus motivaciones para impulsar este proyecto? ¿Por qué es importante para ti? ¿Qué puedes tú aportar al contexto?

RE
CUER
DA

- Una de las mayores dificultades radica en diseñar un proyecto que responda tanto a los deseos de tu organización como a las necesidades reales del contexto en el que se va a desarrollar. Trata de encontrar, en aras a garantizar la consolidación del proyecto, un equilibrio entre ambas cuestiones.

3.1.3. Identificar los valores fundamentales de tu proyecto

Una vez hayas analizado el entorno y qué puedes aportar como promotor/a, define cuáles son los valores del proyecto que vas a desarrollar. Este paso te ayudará a definir líneas de trabajo, objetivos y públicos destinatarios.

—> **Algunas preguntas posibles:**

- **¿Cuán de importante es en tu proyecto...**

- ... el encuentro con las artes en sí mismo?
- ... el hecho de ser garante de que niños/as y jóvenes tienen acceso al arte y la cultura?
- ... el placer / bienestar que genera?
- ... la generación de conocimiento en torno a las artes?
- ... el impulso al pensamiento crítico?
- ... el fomento del pensamiento creativo?
- ... la generación de un pensamiento más integrador?
- ... la creación de una identidad grupal?
- ... la generación de proyectos co-creados entre educación y cultura?
- ... el uso de metodologías artísticas en aplicación a otros procesos de aprendizaje en el aula?
- ... la atención a personas con dificultades o en riesgo de exclusión social?
- ... el apoyo a la creación para infancia y juventud?
- ... la reactivación de un contexto geográfico determinado?
- ... la influencia en la creación de nuevos públicos culturales?
- ... el impacto económico que un proyecto de estas características genera a distintos niveles?

RECUERDA

- Probablemente tu proyecto contenga muchos valores, pero no todos serán igual de importantes. Dado que se trata de un ejercicio previo al diseño de líneas de trabajo y que te permitirá también sentar las bases para definir otras cuestiones, sé efectivo/a, **selecciona solo los valores que más te diferencian.**

3.1.4. Definir las líneas de trabajo

El mapa de proyectos dirigidos al ámbito educativo está compuesto por una **enorme diversidad de proyectos**. Algunos se centran en una disciplina artística, otros recurren a varias; algunos ocurren puntualmente, otros a lo largo de todo el curso escolar; algunos tienen como punto de partida una programación cultural, otros se centran en otro tipo de procesos como la mediación artística; por no hablar de la multiplicidad de tipologías de promotores/as que se encuentran.

Pero ahora se trata de tu proyecto: según las reflexiones que hasta el momento has realizado, ¿cuáles son las líneas de trabajo que más adecuadas resultan para él?

—> Algunas líneas y sublíneas de trabajo posibles:

- **Programación escénica.**

- Acompañada de materiales pedagógicos.

- **Mediación.**

- Con los/as artistas vinculados a la programación (talleres, encuentros).
- Con artistas mediadores/as (en el centro u otros espacios).

- **Formación.**

- Dirigida al profesorado, al alumnado, a artistas y/o a familias.

- **Apoyo a la creación.**

- Acompañamiento a procesos artísticos (dirigidos a creadores/as).
- Residencias de creación vinculadas al ámbito educativo.

- **Sensibilización.**

- Actos de celebración y puesta en valor (entregas de premios, inauguraciones, clausuras, festivales, días *de*).

- **Co-creación.**

- Procesos participativos para el diseño total o parcial del proyecto.

¿Qué otras ideas se te ocurren?

RECUERDA

- Aborda solo lo que puedas asumir y configura un equipo de trabajo y colaboradores/as estrechos/as que garanticen un proyecto de calidad. A veces, **menos es más** y siempre hay tiempo de crecer.
- La **familiarización con el ámbito pedagógico** es fundamental para ofrecer, desde el ámbito cultural, propuestas artísticas que enriquezcan realmente la actividad de los centros educativos. En algunos casos se crean **equipos multidisciplinares** para diseñar las distintas líneas de trabajo. Rodéate de cuantas miradas profesionales necesites para garantizar que los contenidos que sustentan tu proyecto son sólidos.
- Además de las líneas de trabajo dirigidas a públicos externos, ten en cuenta que **la propia gestión del proyecto te llevará tiempo** (búsqueda de financiación, colaboraciones, socialización, gestión financiera, etc.). Calcula bien la capacidad de trabajo que tienes para poder abordar la totalidad de los aspectos con garantías.
- Deja margen para incorporar nuevas líneas de trabajo o acciones concretas. La **escucha permanente al contexto** te permitirá ir incluyendo en tu proyecto nuevas demandas de la sociedad.

3.1.5. Identificar y analizar los públicos objetivos

Una vez hayas concretado qué líneas de trabajo desarrollarás, definir los públicos objetivos te permitirá definirlos con más exactitud y visualizar qué acciones tendrás que acometer para que propuestas y personas se encuentren.

Los públicos en torno a tu proyecto no tienen por qué ser siempre públicos finales (espectadores/as o participantes). Ampliar el espectro e incluir entre tus públicos a aquellos con roles como pudieran ser los financiadores, los aliados, etc. te permitirá planificar tu proyecto desde una visión global, entender cuánta capacidad de trabajo necesitarás y si tienes que realizar reajustes sobre la idea inicial.

→ Algunos públicos posibles:

• Centros educativos:

- Alumnado.
 - Profesorado.
 - AMPAs.
- Educación infantil.
 - Educación Primaria.
 - Educación Secundaria.
 - Educación Especial.

• Artistas:

- Escénicos.

- Provenientes de otras disciplinas.
- Especializados en mediación.
- Vinculados al contexto local, nacional y/o internacional.

- ...

- **Familias.**

- **Agentes locales:**

- Culturales.
- Sociales.
- Medioambientales.

- ...

- **Estudiantes:**

- De Pedagogía.
- De formaciones artísticas superiores.

- **Responsables políticos.**

- **Medios de comunicación.**

- **Agentes especializados en educación.**

¿Qué otros segmentos identificas en torno a tu proyecto?

¿Qué rol tiene cada uno de los públicos definidos?

—> **Algunos roles posibles:**

- Destinatarios finales.
- Prescriptores.
- Mediadores.
- Financiadores.
- Colaboradores.

¿Qué otros roles identificas?

¿Qué información tienes sobre cada uno de ellos? ¿Qué datos desconoces y necesitas saber?

—> **Algunos puntos de partida:**

- Realidad social.
- Hábitos de vida.
- Hábitos de consumo.
- Hábitos culturales.

- Necesidades (vitales, profesionales, etc.).
- Agendas.
- Canales de comunicación habituales.

¿Qué otras perspectivas te resultan de interés?

¿Qué puede aportarles tu proyecto? ¿Qué pueden aportar ellos a tu proyecto?

RE
CUER
DA

- En ocasiones creemos saber cosas sobre nuestros públicos que, en realidad, **no son certezas sino intuiciones**. Piensa con honestidad sobre lo que realmente sabes, ello te ayudará a identificar con claridad sobre qué cuestiones necesitas investigar.
- Si bien tu proyecto afectará positivamente a tus públicos, **la aportación será bi/multidireccional**. Piensa cómo puedes hacer de tu proyecto una iniciativa permeable, para así poder impregnarte de todas esas inspiraciones.

3.1.6. Concretar objetivos generales y específicos

Definir objetivos te llevará tiempo al inicio, pero te ayudará a diseñar un proyecto que te motive y que, al mismo tiempo, sea coherente con tus recursos, evitando así tanto dificultades en materia de viabilidad como desgaste emocional. Asimismo, concretar objetivos es el primer paso para establecer un marco de evaluación que te permita hacer seguimiento de tu proyecto y prever su evolución a futuro.

Algunas observaciones:

- **Objetivos generales:** aquellos que hacen alusión a los retos finales del proyecto.
- **Objetivos específicos:** aquellos que hacen alusión a los procesos a seguir para la consecución de los anteriores.
- **Objetivos cuantitativos:** aquellos tangibles.
- **Objetivos cualitativos:** aquellos intangibles.

→ **Algunos objetivos posibles:**

Objetivos generales:

- Garantizar el derecho al arte y la cultura que todos/as los niños/as y personas jóvenes tienen.
- Poner en valor la cultura como sector fundamental para la transformación social.
- Contribuir a la creación y consolidación de públicos culturales en el contexto local.

¿Qué otros se te ocurren?

Objetivos específicos:

CUANTITATIVOS:

• Programación escénica:

- Completar [x porcentaje] del aforo destinado a programación escolar.
- Conseguir la participación de [x número] de centros que nunca han participado en este u otro proyecto impulsado por mi organización.
- Aumentar la participación de [x número] de centros que puntualmente han participado en este u otro proyecto impulsado por mi organización.
- Consolidar la participación de [x número] de centros que habitualmente participan de este u otro proyecto impulsado por mi organización.

¿Qué otros se te ocurren?

• Propuestas de mediación:

- Alcanzar la participación de [x número] de centros en propuestas de mediación. De estos:
 - o [x número] serán centros con los que mi organización no ha trabajado antes.
 - o [x número] serán centros con los que mi organización ha tenido relación puntual.
 - o [x número] serán centros con los que mi organización tiene relación estable.
- Conseguir la participación total de [x número] de alumnado.

¿Qué otros se te ocurren?

• Participación cultural:

- Animar la participación de [x alumnos/as] en propuestas culturales fuera del horario lectivo.
- Promover la participación de [x profesores/as] en propuestas de práctica artística fuera del horario laboral.
- Promover la participación de [x familias] en programación cultural abierta al público general e impulsada por mi organización.

¿Qué otros se te ocurren?

• Viabilidad del proyecto:

- Consolidar la aportación presupuestaria de [x cantidad] por parte de los actuales financiadores del proyecto.
- Conseguir nuevos financiadores que aporten [x cantidad].

- Asegurar la colaboración en materia de [x cuestión] de aliados actuales.
- Encontrar nuevos colaboradores en materia de [x cuestión].

¿Qué otros se te ocurren?

CUALITATIVOS:

- Diseñar un proyecto de programación escénica y mediación artística que responda a criterios de calidad y esté vinculada a los objetivos pedagógicos de los centros del contexto.
 - Diseñar dicho proyecto en colectividad junto a profesorado, niños/as y jóvenes, artistas, madres y padres y otras personas interesadas.
- Promover, entre alumnado y profesorado, el gusto por las artes en general y por las artes escénicas en particular.
 - Crear una vivencia de calidad en el contexto de la escuela y vinculada a las artes.
- Favorecer la capacidad creativa de alumnado y profesorado.
- Impulsar las artes como herramienta pedagógica con potencial de aportar valor en el aula.
- Favorecer el desarrollo del pensamiento crítico entre alumnado y profesorado.
- Proponer iniciativas en las que las artes confluyan con otras áreas del conocimiento.
- Contribuir a generar entre el alumnado colectividades con visión integradora.
- Apoyar la especialización de creadores/as para infancia y juventud.
- Formar en materia artística a futuros/as profesores/as.
- Posicionar al promotor como agente especializado en el impulso de proyectos culturales para infancia y juventud.
- Integrar la perspectiva de género como eje transversal del proyecto.
- Desarrollar un proyecto sostenible a nivel medioambiental.

¿Qué otros se te ocurren?

3.1.7. Diseñar el marco de evaluación

Por lejana que parezca la evaluación del proyecto durante la fase de diseño del mismo, es recomendable definirla en este preciso momento. Varias son las razones:

- La evaluación requiere horas de trabajo y perfiles especializados, por lo que conviene presupuestarla y/o buscar colaboraciones para abordarla (con el ámbito universitario, con agentes que gestionen contratos de prácticas profesionales, etc.).
- Es probable que tengamos que entregar una memoria justificativa en la que nos exijan

datos que estén lejos de poner en valor nuestro proyecto. Solo si nos adelantamos y definimos qué es importante para nosotros/as observar, podremos sistematizar un seguimiento que permita poner en valor el proyecto, en su totalidad y con rigor.

- Una cosa es lo que imaginemos de nuestro proyecto y otra la realidad. Prestar atención a la evaluación desde el primer momento será la única manera de optimizar la gestión del proyecto y realizar ajustes estratégicos necesarios.

¿Cómo hacerlo? Partiendo de los objetivos establecidos y definiendo:

- Indicadores
- Datos
- Metodología de recogida
- Tiempos
- Responsables

RE
CUER
DA

- Actualmente existen múltiples fuentes en las que puedes consultar diversos planteamientos para evaluar un proyecto cultural. No hay una sola manera de realizar este ejercicio, de hecho hay muchas, la clave radica en encontrar el sistema que a ti más útil te resulte.

En las próximas páginas se ofrece un ejemplo de aplicación: a partir de los objetivos cualitativos descritos anteriormente¹, se despliega una propuesta de evaluación².

- El ejemplo contempla muchos objetivos y por lo tanto, varios indicadores y datos, sin embargo, se trata solo de un modelo teórico que, de aplicarse en la práctica, debería de ser reducido. La recomendación es siempre la de seleccionar tan solo aquellas cuestiones que más relevantes resulten para nuestro proyecto y a las que seamos capaces de dar seguimiento.
- Los indicadores y datos que se proponen son solo eso, propuestas, totalmente sustituibles por otras. Este es tan solo un modelo posible.

Sobre las metodologías de recogida de datos: valora cuáles son más factibles tanto para ti como para quien tenga que cumplimentar datos. Por ejemplo, las encuestas digitales son fáciles de enviar, pero el nivel de respuesta suele ser bajo, debido al alto volumen de cuestionarios que todos/as recibimos. Intenta ser creativo/a en este tema e incluso contar con la visión de artistas y mediadores/as con respecto a maneras posibles de abordarlo.

1 Los cuantitativos no se abordan por resultar más sencilla la evaluación de tangibles y se prescinde también de los relativos a la perspectiva de género y sostenibilidad medioambiental, por no ser estos ámbitos objeto específico de esta guía y existir múltiples recursos disponibles especializados en ellos.

2 Algunos de los indicadores propuestos han estado inspirados en el proyecto *Quality Metrics Pilot*, impulsado por Arts Council England.

| OBJETIVO | INDICADOR | DATO | CUÁNDO |
|---|---|--|---|
| Diseñar un proyecto de programación escénica y mediación artística que responda a criterios de calidad. | Concepto | Nivel de consenso entre el alumnado | Lo más pronto posible tras la realización de la actividad |
| | Presentación | Nivel de consenso entre el alumnado | Lo más pronto posible tras la realización de la actividad |
| | Originalidad | Nivel de consenso entre el alumnado | Lo más pronto posible tras la realización de la actividad |
| | Relevancia | Nivel de consenso entre el alumnado | Lo más pronto posible tras la realización de la actividad |
| | Rigor | Nivel de consenso entre el alumnado | Lo más pronto posible tras la realización de la actividad |
| Diseñar un proyecto de programación escénica y mediación artística que esté vinculada a los objetivos pedagógicos de los centros del contexto. | Atención a competencias disciplinares y transversales | Nº de competencias principales atendidas por el proyecto | (1) Durante el diseño del proyecto (2) Tras realizar las actividades |

| RESPONSABLE | MÉTODO | DETALLES |
|--|----------------------|---|
| Promotor/a, con apoyo del profesorado | Panel consultivo | <p>El uso del panel es sencillo: se coloca en la pared del aula un A0 con algunas afirmaciones y una escala del 1 al 5 (nada de acuerdo - totalmente de acuerdo). El alumnado sitúa una marca en el número que mejor responda a su conformidad con el enunciado.</p> <p><i>Ej. Los temas tratados en la obra son de mi interés.</i></p> |
| Promotor/a, con apoyo del profesorado | Panel consultivo | <p>El uso del panel es sencillo: se coloca en la pared del aula un A0 con algunas afirmaciones y una escala del 1 al 5 (nada de acuerdo - totalmente de acuerdo). El alumnado sitúa una marca en el número que mejor responda a su conformidad con el enunciado.</p> <p><i>Ej. El espacio en el que se ha desarrollado la actividad, así como el resto de elementos como materiales, atrezzo, etc. han sido adecuados.</i></p> |
| Promotor/a, con apoyo del profesorado | Panel consultivo | <p>El uso del panel es sencillo: se coloca en la pared del aula un A0 con algunas afirmaciones y una escala del 1 al 5 (nada de acuerdo - totalmente de acuerdo). El alumnado sitúa una marca en el número que mejor responda a su conformidad con el enunciado.</p> <p><i>Ej. Esta ha sido mi primera experiencia en una obra de teatro de este tipo.</i></p> |
| Promotor/a, con apoyo del profesorado | Panel consultivo | <p>El uso del panel es sencillo: se coloca en la pared del aula un A0 con algunas afirmaciones y una escala del 1 al 5 (nada de acuerdo - totalmente de acuerdo). El alumnado sitúa una marca en el número que mejor responda a su conformidad con el enunciado.</p> <p><i>Ej. Los temas tratados tienen que ver con asuntos que preocupan en la sociedad actual.</i></p> |
| Promotor/a, con apoyo del profesorado | Panel consultivo | <p>El uso del panel es sencillo: se coloca en la pared del aula un A0 con algunas afirmaciones y una escala del 1 al 5 (nada de acuerdo - totalmente de acuerdo). El alumnado sitúa una marca en el número que mejor responda a su conformidad con el enunciado.</p> <p><i>Ej. Creo que la actividad ha estado bien pensada y planteada.</i></p> |
| (1) Promotor/a (2) Promotor/a en contraste con el profesorado participante | Sesión de trabajo | |

| OBJETIVO | INDICADOR | DATO | CUÁNDO |
|---|---------------------------------------|--|---|
| Diseñar dicho proyecto en colectividad junto a profesorado, niños/as y jóvenes, artistas, madres y padres y otras personas interesadas | Participación | Nº de personas participantes en el proceso de diseño | Durante las distintas sesiones de trabajo |
| | | Nº de perfiles participantes en el proceso de diseño | Durante las distintas sesiones de trabajo |
| | | Nº de aportaciones finales realizadas por las personas participantes | Durante las distintas sesiones de trabajo |
| | | Nº de aportaciones incorporadas definitivamente al proyecto | Durante las distintas sesiones de trabajo |
| Promover, entre alumnado y profesorado, el gusto por las artes en general y por las artes escénicas en particular. | Entusiasmo | Nivel de consenso entre el alumnado y profesorado | Lo más pronto posible tras la realización de la actividad |
| Crear una vivencia de calidad en el contexto de la escuela y vinculada a las artes. | Cautivación | Calidad de la escucha durante el desarrollo de la actividad | Lo más pronto posible tras la realización de la actividad |
| Favorecer la capacidad creativa de alumnado. | Adquisición de competencias creativas | Naturaleza del proceso creativo compartido entre el alumnado | Durante las distintas sesiones de trabajo |
| Favorecer la capacidad creativa del profesorado. | Adquisición de competencias creativas | Nivel de consenso entre el profesorado | Al finalizar el proyecto |

| RESPONSABLE | MÉTODO | DETALLES |
|---------------------------------------|--|--|
| Promotor/a | Seguimiento y registro interno | |
| Promotor/a | Seguimiento y registro interno | |
| Promotor/a | Seguimiento y registro interno | |
| Promotor/a | Seguimiento y registro interno | |
| Promotor/a, con apoyo del profesorado | Panel consultivo | <p>El uso del panel es sencillo: se coloca en la pared del aula un A0 con algunas afirmaciones y una escala del 1 al 5 (nada de acuerdo - totalmente de acuerdo). El alumnado sitúa una marca en el número que mejor responda a su conformidad con el enunciado.</p> <p><i>Ej. Volvería a participar en una actividad de este tipo.</i></p> |
| Promotor/a | Observación | A analizar: el nivel de atención y concentración, o las reacciones coherentes con lo que la actividad plantea. |
| Promotor/a | Observación | A analizar: existencia puntos de vista diversos, nivel de escucha entre ellos, nivel de empatía entre perspectivas diferentes, capacidad para buscar posiciones comunes, nivel de originalidad de dichas soluciones. |
| Promotor/a | Encuesta / Respuesta en reunión de valoración presencial | <p>En una escala del 1 al 5 (nada de acuerdo - totalmente de acuerdo). El profesorado sitúa una marca en el número que mejor responda a su conformidad con el enunciado.</p> <p><i>Ej. Tras la participación en este proyecto estoy más familiarizado/a con el pensamiento creativo y entiendo el trabajo que parte de la apertura, la incerteza e incluso el caos como una oportunidad para encontrar soluciones innovadoras y abiertas.</i></p> |

| OBJETIVO | INDICADOR | DATO | CUÁNDO |
|--|--|---|---|
| Impulsar las artes como herramienta pedagógica con potencial de aportar valor en el aula. | Conocimiento en torno a distintas disciplinas artísticas y metodologías de trabajo por ellas empleadas | Nivel de consenso entre el profesorado | Al finalizar el proyecto |
| Favorecer el desarrollo del pensamiento crítico entre alumnado | Adquisición de capacidades críticas | Calidad del debate generado entre alumnado | Durante las distintas sesiones de trabajo |
| Proponer iniciativas en las que las artes confluyan con otras áreas del conocimiento. | Presencia de otras áreas del conocimiento en el proyecto | Nº de áreas que se integran en el proyecto | (1) Durante el diseño del proyecto (2) Tras realizar las actividades |
| Contribuir a generar entre el alumnado colectividades con visión integradora | Empatía e interés del alumnado con respecto a realidades diversas | Disposición a integrar la diversidad durante el proceso | Durante las distintas sesiones de trabajo |
| Apoyar la especialización de creadores/as para infancia y juventud | Nuevos profesionales en el campo de la infancia y juventud | Nº de profesionales implicados en el proyecto que trabajaban por primera vez para infancia y juventud | (1) Durante el diseño del proyecto (2) Tras realizar las actividades |
| | Profesionales semi-iniciados en el campo de la infancia y juventud | Nº de profesionales implicados en el proyecto con 1 o 2 experiencias previas con infancia y juventud | (1) Durante el diseño del proyecto (2) Tras realizar las actividades |
| | Profesionales consolidados | Nº de profesionales implicados en el proyecto con consolidada trayectoria en el trabajo con infancia y juventud | (1) Durante el diseño del proyecto (2) Tras realizar las actividades |

| RESPONSABLE | MÉTODO | DETALLES |
|-------------|--|--|
| Promotor/a | Encuesta / Respuesta en reunión de valoración presencial | <p>En una escala del 1 al 5 (nada de acuerdo - totalmente de acuerdo). El profesorado sitúa una marca en el número que mejor responda a su conformidad con el enunciado.</p> <p>Ej. (Pregunta 1) Tras la participación en este proyecto sé más sobre Artes Escénicas y he conocido algunas de sus metodologías / herramientas de trabajo.</p> <p>(Pregunta 2) Tras la participación en este proyecto he podido imaginar cómo utilizar alguna de esas metodologías / herramientas en materias que imparto en el aula.</p> |
| Promotor/a | Observación | A analizar: capacidad para plantear preguntas, disposición a dudar de posicionamientos propios y ajenos, tiempos de reflexión, apertura a posibles consideraciones, resistencia a la imposición de ideas. |
| Promotor/a | Reunión de valoración interna | |
| Promotor/a | Observación | A analizar: diversidad entre las personas que componen los grupos de trabajo, resultados de procesos que integren elementos vinculados a la diversidad (cultural, sexual, funcional, lingüística, etc.). |
| Promotor/a | Seguimiento y reunión de valoración interna | |
| Promotor/a | Seguimiento y reunión de valoración interna | |
| Promotor/a | Seguimiento y reunión de valoración interna | |

| OBJETIVO | INDICADOR | DATO | CUÁNDO |
|--|--|---|---|
| Formar en materia artística a futuros/as profesores/as. | Participación | Nº de alumnos/as de pedagogía participantes en el proyecto | Durante las distintas sesiones de trabajo |
| | Adquisición de competencias artísticas | Nivel de consenso entre los/as participantes | Al finalizar el proyecto |
| Posicionar al promotor como agente especializado en el impulso de proyectos culturales para infancia y juventud | Adhesión de apoyos | Nº de nuevos financiadores y colaboradores para próximas ediciones | (1) Al finalizar el proyecto (2) 1 año después |
| | Facturación | Aumento de la facturación conseguida a partir del desarrollo de este proyecto e imputada a proyectos vinculados a infancia y juventud | (1) Al finalizar el proyecto (2) 1 año después |

| RESPONSABLE | MÉTODO | DETALLES |
|-------------|--|--|
| Promotor/a | Seguimiento y registro interno | |
| Promotor/a | Encuesta / Respuesta en reunión de valoración presencial | <p>En una escala del 1 al 5 (nada de acuerdo - totalmente de acuerdo). Las personas participantes sitúan una marca en el número que mejor responda a su conformidad con el enunciado.</p> <p><i>Ej. Tras la participación en este proyecto sé más sobre Artes Escénicas y he conocido algunas de sus metodologías / herramientas de trabajo.</i></p> |
| Promotor/a | Seguimiento interno | |
| Promotor/a | Seguimiento interno | |

3.1.8. Planificar la documentación y la comunicación externa ³

Para diseñar la evaluación has tenido que identificar aquellas cuestiones que más significativas resultan para tu proyecto. En este punto la recomendación es que optimices recursos y aproveches ese ejercicio ya realizado para decidir qué documentarás y qué difundirás a través de tus canales de comunicación externos. A tener en cuenta:

- La documentación puede realizarse en diversos formatos. Desde el formato sonoro, hasta la fotografía, el audiovisual, la ilustración, la escritura... las opciones son múltiples. Decide qué alternativa es la más práctica para ti y no te olvides de:
 - **Presupuestarla:** si cuentas con **profesionales**, obtendrás resultados de gran calidad. Valora este aspecto.
 - **Calendarizarla:** **identificar aquellos hitos** que quieres documentar (no necesariamente vinculados a la fase final de los procesos) te permitirá conseguir presupuestos coherentes con tus necesidades reales y contribuirás a facilitar el trabajo a quien lo realice.
 - **Posibilítala:** para documentar, en especial (audio)visualmente, **necesitarás permisos de imágenes**. **Gestionarlos con anticipación** te evitará imprevistos y te permitirá dar uso a ese material a nivel comunicativo.
 - **Acompañarla:** es probable que quien documente participe tan solo en momentos puntuales del proyecto, por lo que le será de utilidad **tu visión global** y la información actualizada que le puedas aportar.
 - **Fomentarla:** el educativo es un sector con hábito de documentar, sobre todo en algunas etapas. **Invita al profesorado con el que trabajes a enviarte materiales** de procesos que hayan desarrollado en el aula en relación con tu proyecto.
- La comunicación externa puede tener distintos objetivos, es importante que los especifiques activamente. A tener en cuenta:
 - En lo relativo a proyectos vinculados con el ámbito educativo **lo más habitual no es que los canales de comunicación externa sirvan como revulsivo para las reservas e inscripciones**. Los centros suelen tener como referencia fundamental otros recursos de información que más adelante se detallan.
 - Que esta comunicación externa no sirva principalmente para impulsar reservas e inscripciones no quiere decir que no sea **clave para posicionar el proyecto** en su contexto y darle un espacio en el imaginario tanto de la sociedad como del sector educativo.
 - Gran parte del valor de los proyectos en los que cultura y educación confluyen

³ Se entiende por comunicación externa aquella dirigida a medios de comunicación o realizada a través de redes sociales, aplicaciones de mensajería móvil o herramientas digitales como blogs, boletines electrónicos, etc.

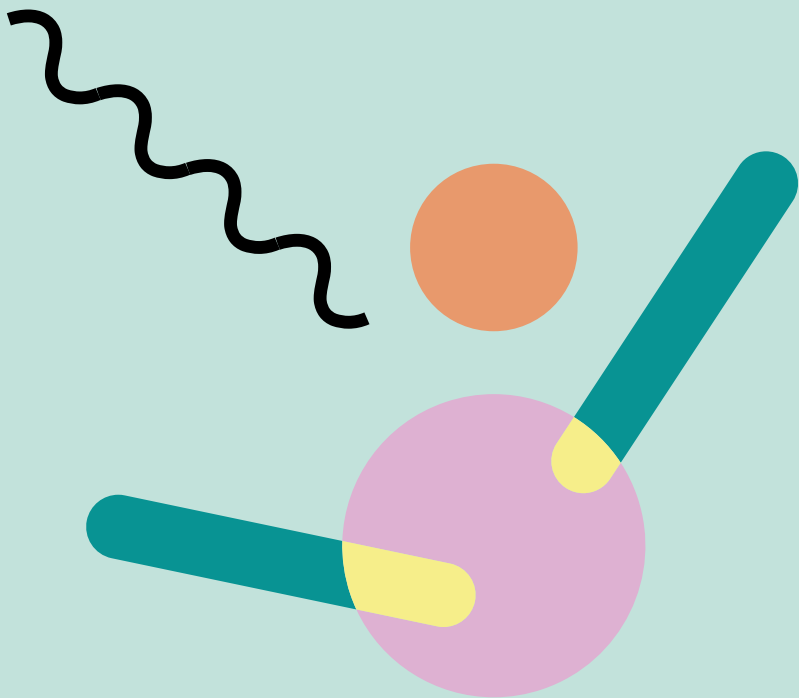
está en los procesos. No tengas reparo en convertirlos en el centro del discurso comunicativo, porque es así como contribuirás a visibilizar lo que generalmente no se ve y lo que, por lo tanto, parece que no existe.

- Los canales de comunicación externa son un espacio de oportunidad para consolidar vínculos con financiadores, colaboradores y otros aliados.

- En este sentido, ten en cuenta que la evaluación final del proyecto también puede ser un contenido importante a comunicar externamente.
- Tanto las redes sociales como las app de mensajería, los blogs, los boletines o las acciones con prensa precisan, para una mayor efectividad, de una creación de contenidos específica. Así, es probable que necesites el apoyo de servicios como diseño gráfico, edición de vídeo, fotografía, archivos sonoros, redacción de textos, etc. Presupuéstalo.
- Además de la creación de contenidos, la gestión profesional de todos estos canales es vital para alcanzar resultados. Si tu equipo no cuenta con este perfil, presupuéstalo.

RE
CUER
DA

- Establecer objetivos prioritarios a nivel de documentación y comunicación te permitirá presupuestar, planificar y sistematizar, cuestiones estas clave para no tener que acabar improvisando esta fase del proyecto.



3.2. IMPLEMENTACIÓN



3.2.1. ENVÍO DE INFORMACIÓN

Clave

Saber cuándo organizan el curso los centros con los que tienes (o prevés) tener relación, para asegurarte de que en ese momento cuentan ya con información sobre tu propuesta.

Meses más habituales para la organización del curso:



Qué puedes hacer

3.2.1.1. Crear contenidos informativos de calidad

Crear soportes comunicativos:

- En **versión online (digital) y offline (impreso)**: para hacer uso de ellos según necesidades.
- Fáciles de abrir: **en formatos que te conste los centros manipulan sin dificultad**.
- **Sugerentes**: que inviten a ser consultados.
- Interesantes: que pongan **en valor tu proyecto y sus propuestas** como contenidos con potencial para enriquecer el trabajo en el aula.

- Legibles: cuyo contenido esté vinculado al ámbito educativo y que haga uso de un **lenguaje familiar** para sus profesionales.
 - Integradores: que contenga información relevante para profesionales de la educación responsables de personas con **necesidades especiales**.
 - **Prácticos**: que aporten información clara sobre edades recomendadas, fechas, horarios, precios, sistema de reservas, contacto y otros datos que consideres relevantes.
- Facilitar **materiales complementarios** a los soportes comunicativos principales, que permitan conocer mejor las propuestas (materiales audiovisuales de las propuestas escénicas, links de interés, etc.)

RECUERDA

- Calcular cuánto tiempo necesitarás desde que comienzas a preparar los soportes comunicativos y los materiales complementarios hasta que los tienes listos para enviar. Ten en cuenta que quizá necesites:
 - Que **terceras partes** te envíen material (sinopsis, vídeos, logos, etc.).
 - **Proveedores externos** para traducir textos, diseñar y maquetar, imprimir, etc. y que tendrás que valorar presupuestos y plazos de entrega.
 - Margen temporal para **procesos internos** como contrastar propuestas de diseño, corregir textos sobre maqueta, confirmar pruebas de imprenta, etc.

3.2.1.2. Emplear contactos directos

Realizar los envíos a personas concretas:

- Que te consta son prescriptoras de tu proyecto (p.ej. profesorado activo en tus propuestas y con capacidad de animar la participación entre sus compañeros/as).
- Con competencia para tomar decisiones en el centro educativo (jefaturas de estudio, equipo directivo, etc.).

RECUERDA

- Los centros educativos reciben multitud de:
 - Correos electrónicos y no siempre sus responsables tienen tiempo de consultarlos. **Confirma la recepción del mensaje a través de una llamada telefónica.**
 - Correo postal y tu material puede traspapelarse si no contiene información clara sobre la persona destinataria. Sé lo más explícito/a que puedas en el envío y **asegúrate de que la entrega es en mano.**

- Muchos de tus contactos tendrán un horario exigente entre clases, claustros, reuniones, formaciones, etc. Busca los mejores momentos para realizar las llamadas e insiste, sin llegar a presionar, pero siendo consciente de que quizá tengas que hacer varios intentos.

3.2.2. RESERVAS E INSCRIPCIONES

Claves

- Abrir el período de reservas con margen temporal suficiente con respecto al día de la función y/o actividad, como para implementar soluciones de urgencia en caso de contratiempo.
- Preveer con antelación dichas soluciones de urgencia.

Qué puedes hacer

3.2.2.1. Informar con claridad sobre el proceso

- El sistema para realizar las reservas e inscripciones ha de quedar claro tanto para personas familiarizadas con tu proyecto como para aquellas que participan por primera vez. Para ello puedes:
 - Incorporar dicha información en los soportes comunicativos enviados:
 - Fecha de apertura de reservas.
 - Sistemas de reservas.
- Insistir en ella, recordándola en canales de comunicación como la web del proyecto, el cuerpo de los e-mails enviados, contestadores telefónicos, etc.

RECUERDA

- El ritmo del día a día impide, en ocasiones, que prestemos la atención debida a las comunicaciones que recibimos. Insiste en trasladar aquella información que consideres relevante.

3.2.2.2. Identificar períodos con gran carga de trabajo

De esta manera podrás disponer de los recursos humanos y técnicos suficientes. Ten en cuenta los siguientes aspectos:

- **Coordinación entre los distintos sistemas de reserva:** si las reservas pueden realizarse por teléfono, mail, web y/o algún otro canal, define con claridad cómo se centralizará dicha información.
- Reservas online:
 - Confirmar que la herramienta que vayas a utilizar (web, formulario de google, correo electrónico, etc.) funciona adecuadamente desde el momento en el que se abre el período de reservas.
 - Asegurar que el servidor soportará sin problemas el tráfico intenso en la web.
- Reservas telefónicas:
 - Destinar un número de teléfono al proyecto, de manera que no comparta línea con otros en los que trabaje tu organización. De esta manera evitarás bloquear a tus compañeros/as.
 - Advertir al equipo de trabajo de la posibilidad de que entren llamadas para realizar reservas por otras líneas y definir cómo se debe proceder. Distintas alternativas:
 - Facilitar el número del proyecto para que las personas que llaman vuelvan a intentarlo más tarde.
 - Coger los datos de la persona y decirle que el equipo de reservas se pondrá en contacto con ella.

3.2.2.3. Confirmar por escrito

Tras contrastar en qué estado queda la solicitud de reserva la recomendación es la de enviar confirmación por escrito, de manera que tanto emisor como receptor tengan toda la información centralizada.

—→ Algunos datos que puedes incluir:

- Centro educativo.
- Persona de contacto.
- Datos de contacto.
- Título de la obra o de la actividad.
- Fecha y hora de la función / actividad.
- Cursos participantes.
- Número de aulas.
- Número de alumnos/as.
- Número de profesores/as y acompañantes asistentes.
- Necesidades especiales.
- Datos de facturación.
- Coste total.

- Sistema y condiciones de pago.
- Estado de la reserva: confirmada o en lista de espera.
- Otra información relevante:
 - Necesidad de gestionar de manera autónoma el traslado hasta el teatro / espacio.
 - Necesidad de gestionar los permisos de salida del centro con anterioridad.

¿Qué otro dato podrías incluir?

RE
CUER
DA

- En caso de que hayas completado el aforo, tener centros en lista de espera te permitirá poder contactarles en caso de recibir alguna cancelación o si surgen opciones para realizar nuevas propuestas.

3.2.2.4. Enviar recordatorios

Sistematizar el envío de recordatorios [x] días antes de la celebración de la actividad (p.ej. 2 o 3 semanas antes), insistiendo en los requerimientos de obligado cumplimiento (pago -si fuera el caso-, permisos de salida del centro, etc.) y en la información práctica.

3.2.3. PRECIOS, PAGO Y FACTURACIÓN

Claves

- Fijar un precio que ponga en valor tu proyecto y suponga unos ingresos suficientes, al tiempo que sea competitivo con otras propuestas existentes.
- Encontrar un sistema de pago que los centros puedan asumir y que garantice la viabilidad de tu proyecto.
- Sistematizar este proceso lo máximo posible.

Qué puedes hacer

3.2.3.1. Tener en cuenta la previsión financiera

Esto te permitirá tener información concreta sobre los ingresos que el proyecto necesita alcanzar en concepto de venta de entradas / inscripciones a actividades.

- Esto te permitirá también saber qué margen tiene tu proyecto para **apoyar a centros con dificultades económicas**.

3.2.3.2. Tener en cuenta el gasto de transporte

Esto es algo que no necesariamente va a tener influencia en los precios que fijas, pero te permitirá tener la referencia y:

- **Ser consciente del total de gasto** que los centros asumirán.
- **Ofrecer alternativas**.

—> **Algunas opciones:**

- Otros medios de transporte.
- Convenios con colaboradores para ofrecer becas de transporte.
- Propuestas culturales especialmente pensadas para centros que no puedan asumir el gasto de autobús.

¿Qué otras opciones se te ocurren?

3.2.3.3. Decidir procedimiento

Se trata de establecer cuándo y cómo se realizan tanto el abono de la reserva como la facturación.

—> **Algunas opciones posibles:**

• **Abono. Cuándo. Posibilidades:**

- El 100% en el momento de la reserva.
- Un [x]% en el momento de la reserva y el resto el día de la función.
- El 100% el día de la función / actividad.
- El 100% en [x] días posteriores a la función / actividad.
- ...

• **Abono. Cómo. Posibilidades (únicas o a elegir):**

- Efectivo.
- Transferencia.
- Tarjeta.

- Transferencia.
- Pago en línea.
- Pago a través de dispositivos móviles.
- Otras: nuevas formas de pago.

• **Factura. Cuándo. Posibilidades:**

- De manera previa al pago.
- Inmediatamente posterior al pago.
- En un plazo de [x] tiempo después del pago.

RE
CUER
DA

- Es importante encontrar el equilibrio entre lo que sea factible y cómodo para los centros, y lo que te permita garantizar la viabilidad de tu proyecto y hacer un seguimiento relativamente sencillo desde tesorería y contabilidad.
- Dedica un tiempo a reflexionar con tu equipo sobre el cuándo cobrar. Intenta encontrar la fórmula que ponga en valor no solo tu proyecto y el trabajo que supone, sino la cultura en general.

3.2.3.4. Definir política de cancelación

Las cancelaciones de reservas pueden tener consecuencias graves para la viabilidad de tu proyecto, por lo que merece la pena reflexionar sobre las siguientes acciones:

- Concretar si tu proyecto acepta cancelaciones totales y bajo qué condiciones.
- Informar sobre ello a los centros desde el momento en el que realizan la reserva.
- Añadir esta información en todos tus soportes y canales comunicativos.

RE
CUER
DA

- Igual de importante es ser comprensivo con los centros como proteger tu proyecto.

3.2.3.5. Invertir en herramientas de gestión

Investiga qué recursos existen para poder sistematizar tareas vinculadas a la tesorería, contabilidad o facturación. Lo más probable es que te faciliten el día a día y te permitan realizar una gestión más transparente y actualizada de los recursos.

RECUERDA

- Quizá tu organización ya utilice herramientas (por ejemplo, software de contabilidad) que puedan ser utilizadas por este proyecto, de manera que puedas sistematizar tareas como la generación de facturas.
- Consultar las diversas **ayudas locales, regionales, nacionales e internacionales** existentes para apoyar la digitalización empresarial.

3.2.4. INTERLOCUCIÓN CON LOS CENTROS

Claves

- Poner a tu proyecto cara y voz. Ver y escuchar a los/as profesionales a cargo de cualquier proyecto hace que lo humanicemos y que lo sintamos más cercano.
- Contar con un equipo de personas especializadas que conozcan el proyecto en profundidad y estén familiarizadas con el ámbito educativo. Profesionales, complementarios/as entre sí, con capacidad de escucha y comunicación, que cuenten con habilidades en materia de gestión y dispongan de horas de trabajo y condiciones laborales favorables para crear y consolidar lazos con los centros educativos.

Qué puedes hacer

3.2.4.1. Mantener una relación presencial.

Gran parte del proyecto se gestionará mediante correos electrónicos, llamadas telefónicas y otros canales no presenciales, pero realizar reuniones en persona te permitirá crear y consolidar vínculos a otros niveles.

Si no contarás con los recursos suficientes para reunirte con todos y cada uno de los centros de tu entorno, establece prioridades:

—> Algunas posibilidades:

- Centros con los que no tengas relación previa o esta haya sido muy puntual.
- Centros cuya participación quieras consolidar o reajustar.
- Centros que, por cualquier motivo, estén interesados en hablar sobre las propuestas en persona.
- Centros con los que tengas una relación muy estrecha y que siempre estén dispuestos a acoger aquello que les propones.
- Centros cuyas direcciones hayan cambiado y quieras conocer.

¿Qué otras prioridades se te ocurren?

RE
CUER
DA

- Nos sentimos bien cuando nos sentimos escuchados/as, y también les ocurre a los/as profesionales del ámbito educativo. Dedicar tiempo de la reunión a que tus interlocutores/as se expresen y compartan sus necesidades, inquietudes, deseos. Así, además de haber informado sobre tu proyecto, obtendrás información valiosa sobre cómo ajustarlo a la realidad de los centros.
- Encontrar a la persona adecuada te resultará de mucha ayuda a la hora de trabajar sobre las participaciones en tu proyecto. Trata de investigar quién puede ser dicho/a prescriptor/a en cada centro y agenda la reunión con él/ella.
- Los centros educativos están sometidos a un calendario exigente, por lo que su agenda es complicada. Intenta tramitar la solicitud de reuniones con tiempo para facilitar el trabajo a todas las partes.

3.2.4.2. Garantizar una atención permanente.

Habilita canales de comunicación que permitan a los centros educativos contactar con tu organización en cualquier momento a lo largo del curso. Las motivaciones para contactar contigo pueden ser múltiples:

- Necesidad de asesoramiento sobre la elección de las propuestas escénicas.
- Consulta sobre materiales pedagógicos.
- Orientación sobre propuestas de mediación.
- Dudas vinculadas a la reserva (modalidades, fechas disponibles, plazos, pago, facturación, etc.).
- Consejo en torno a modos de transporte.
- ...

Prepara al equipo de trabajo para poder dar la mejor respuesta a todas estas cuestiones.

RE
CUER
DA

- Los centros educativos tienen un horario de actividad concreto. Dispón de un horario de atención acorde a él.
- Traslada a tu herramienta de gestión los asuntos tratados con cada centro, de manera que puedas disponer de un histórico de lo hablado con cada profesional.

3.2.4.3. Garantizar condiciones laborales dignas y motivadoras

Tan importante es prestar atención a la relación con los centros como cuidar a los/as profesionales que en tu organización se ocupan de ello, por lo que resulta fundamental poner en valor conceptual y laboral su trabajo (también si eres tú mismo/a quien lo realiza).

RE
CUER
DA

- Se trata de **perfiles especializados**.
- Son estos/as profesionales/as **los/as que mayor conocimiento poseen** sobre los centros educativos con los que trabaja tu proyecto.
- Son **las personas con las que el profesorado se relaciona y en las cuales este deposita gran parte de su confianza**.

3.2.5. DESARROLLO DE ACTIVIDADES

Clave

Prestar atención a cada una de las piezas que condicionarán el encuentro con espectadores/as o participantes, con el fin de conseguir una experiencia enriquecedora para todas las partes implicadas.

Qué puedes hacer

3.2.5.1. Disponer los recursos necesarios para un trabajo profesional.

Garantiza que las propuestas culturales sean desarrolladas por personas especializadas en cada campo y en condiciones óptimas de trabajo.

—> Algunas cuestiones importantes a atender:

- Escuchar de manera activa a los/as profesionales: cómo entienden la propuesta, cómo esta debe ocurrir y qué buscan con ella.
- Atender los tiempos y plazos que necesitan.
- Cuidar las condiciones de contratación.
- Responder positivamente a las necesidades técnicas.
- Observar otras necesidades:
 - Aforos de trabajo.

- Acciones pre y post.
- Permisos.
- Contactos.
- ...
- Facilitar información sobre el progreso del proyecto (interés generado, toma de decisiones, etc.).
- Posibilitar el contacto entre dichos/as profesionales y otros agentes que pudieran resultar de interés para ellos/as (programadores/as, responsables de otras iniciativas culturales, etc.).

¿Qué otros aspectos te parecen importantes?

.....

.....

RE
CUER
DA

- Las personas que realicen las propuestas podrán ser parte de una compañía, profesionales en el ámbito de la mediación, creadores/as, formadores/as, etc. Son perfiles, todos ellos, con muchos puntos en común pero al mismo tiempo diversos entre sí, por lo que probablemente necesitarán de una atención específica por parte de tu organización.

3.2.5.2. Apoyar al profesorado

Siendo los/as docentes pieza imprescindible de los proyectos en los que cultura y educación confluyen, es recomendable que destines parte importante de tu proyecto a acompañar su trabajo, facilitando que la experiencia ofrecida por tu proyecto se integre lo máximo posible en la vida del aula. Algunas opciones posibles son:

- Enviar **materiales pedagógicos** de calidad al profesorado, promover su utilización y atender dudas al respecto.

RE
CUER
DA

- El objetivo es que el profesorado pueda, de manera autónoma, realizar un trabajo de calidad en el aula en torno a la propuesta escénica o de mediación. **Asegúrate de que el material es de calidad**, y que responde tanto a las necesidades pedagógicas que puedan tener en los centros como a lo que tu proyecto pretenda trasladar.
- Además de un primer envío, destina tiempo a **animar a los/as profesores/as para que utilicen el material**: envía recordatorios, llama a los centros para recordar su existencia y ofrecer ayuda en su implementación.

- Ofrecer **formaciones** dirigidas al profesorado.

Estas formaciones pueden tener muy distintas características, aunque uno de los objetivos generales más compartidos entre la mayor parte de ellas es aportar conocimientos y generar confianza entre los/as docentes para que estos/as puedan integrar las artes, la cultura y la creatividad como herramientas de trabajo habituales en el aula.

A continuación se plantean algunas cuestiones a tener en cuenta a la hora de diseñar la propuestas de formación:

– Cuál será su **objeto**.

→ **Algunas opciones:**

- Aproximación general a las artes como herramienta pedagógica.
- Profundización en torno a una práctica artística concreta.
- Familiarización con los materiales pedagógicos de ese curso.

¿Qué otros objetos se te ocurren?

– Quién lo impartirá:

→ **Algunas opciones:**

- Artistas.
- Creativos/as.
- Mediadores/as.
- Gestores/as.
- Pedagogos/as.
- Especialistas de otros ámbitos.

¿Qué otras opciones se te ocurren?

– Quién será su **destinatario/a**:

→ **Algunas opciones:**

- Profesorado en activo.
- Profesorado no activo.
- Estudiantes de pedagogía.

¿Qué otros/as destinatarios/as se te ocurren?

**RE
CUER
DA**

- Antes de decidir que la formación estará dirigida solo al profesorado, valora si sería positivo integrar en el grupo de alumnos/as a personas con otros perfiles; ¿qué pasaría si en la misma formación participaran también artistas, madres y padres u otro tipo de participantes?

– **Cuándo** se desarrollará:

→ **Algunas opciones:**

- De manera puntual.
- A lo largo de todo el curso.
- Con fechas cerradas.
- Con fechas a acordar con cada centro.

¿Qué otras opciones se te ocurren?

.....

.....

– En qué **horario**:

→ **Algunas opciones:**

- Horario laboral.
- Fuera del horario laboral.
- Entre semana.
- Fines de semana.
- Puentes festivos.
- Intensivos de verano.

¿Qué otras opciones se te ocurren?

.....

.....

– Qué **condiciones de acceso** tendrá:

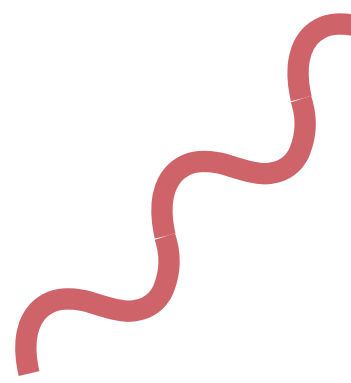
→ **Algunos condicionantes posibles:**

- Gratuito.
- Financiado.
- De pago.
- Carta de motivación.
- CV

¿Qué otros condicionantes se te ocurren?

.....

.....



- Qué alianzas podrías conseguir:

→ **Posibles alianzas:**

- Centros de formación al profesorado.
- Universidad.
- AMPAs.

¿Qué otras alianzas se te ocurren?

- ¿Habrá un acompañamiento para la aplicación de dichos conocimientos en el aula?

- ¿Se generará material a partir de la formación impartida (grabación de ponencias, soportes de lectura, etc.) para que cualquier docente pueda acceder a él en abierto?

- ¿Qué continuidad tendrá a lo largo de los próximos cursos?

- ¿Se repetirá bajo el mismo formato?
- ¿Variará su contenido?
- ...

- Facilitar con antelación material (decálogos, protocolos, guías, etc.) en el que se expliquen, de una manera divulgativa, las condiciones óptimas en las que debería darse la participación en la propuesta cultural, con el objetivo de que el profesorado se familiarice con la experiencia y pueda trasladar dicha información a su alumnado.

→ **Algunas cuestiones a tratar:**

- Gestionar los permisos necesarios con la suficiente antelación.
- Llegar con tiempo suficiente.
- Acceder al espacio en orden.
- Tener respeto a los/as artistas.
- Seguir las recomendaciones del personal de sala.
- Evitar el uso de móviles.
- Acompañar al alumnado en la experiencia.

¿Qué otras cuestiones te parece relevante abordar?

- Facilitar información sobre otras propuestas, provenientes del ámbito cultural u otros (social, medioambiental, etc.), que existan en el contexto cercano y tengan potencial para enriquecer la experiencia propuesta por tu proyecto.

→ **Algunas opciones son:**

- Exposiciones.
- Charlas.
- Proyecciones.
- Formaciones

¿Qué otras opciones se te ocurren?

.....

.....

RE
CUER
DA

- Vincular tu propuesta con otras impulsadas por agentes del contexto es una oportunidad no solo para enriquecer la experiencia de los centros, sino para que tu proyecto establezca colaboraciones con tu entorno cercano.

3.2.5.3. Garantizar condiciones para una experiencia positiva

Más allá de la actividad concreta que tu proyecto proponga (obra escénica, taller, visita, etc.) son muchos los factores conexos que afectan a la vivencia que los/as participantes tendrán. Trata de anticiparte y preverlos.

Algunos de esos factores son:

- Facilidades durante el proceso de gestión previo y posterior.
- Facilidades a nivel de movilidad (autobuses, aparcamientos, transporte público, presencia de la policía local para control del tráfico, etc.).
- Espacios acogedores y adaptados a las necesidades de los/as participantes:
- Espacios en los que vaya a ocurrir el hecho artístico.
 - Aforos adecuados a las edades de los/as espectadores/as o participantes¹.
- Espacios susceptibles de ser utilizados (cobijo ante inclemencias meteorológicas, lugares de espera, WC, roperos, vestuarios, etc.).
- Personal de atención que ofrezca un acompañamiento cercano y especializado allá donde se desarrolle la propuesta.
 - En este sentido, es importante que intentes implicar en el proyecto lo máximo posible al personal de sala.

¹ Para ampliar información ver *Protocolo sobre las condiciones de exhibición en las Artes Escénicas para la Infancia y la Juventud*, publicado por TE VEO **Artes escénicas para la infancia y la juventud** (www.teveo.es).

- En caso de que la contratación del personal de sala no dependa de ti, trata de sensibilizar a la entidad responsable sobre cuán importante es lo cualitativo en el desempeño de este trabajo. Esto supondrá, por ejemplo:
 - Tramitar expedientes de contratación con margen suficiente para que el personal esté incorporado a tiempo.
 - No priorizar la oferta económica en los procesos de licitación pública.
- Información sobre la proximidad de otros espacios / proyectos de interés (naturales, sociales, culturales, etc.).

¿Qué otros factores se te ocurren?

RE
CUER
DA

- Dependiendo de la forma que hayas dado a tu proyecto, el peso recaerá en mayor o menor grado en la programación escénica, acciones de mediación, propuestas formativas, residencias artísticas u otros. Sean cuales sean las líneas de trabajo que desarrolles, trabájalas de manera integral, cuidando también los inicios y cierres de la experiencia.

3.2.5.4. Atender a personas con diversidad funcional

Para poder integrar en tu proyecto a personas con necesidades especiales, tendrás que tener en cuenta varios aspectos vinculados tanto a los contenidos como a los espacios.

Algunas acciones a realizar:

- Conocer las características de las personas que integran estas aulas para recomendarles la propuesta que mejor se adapte a ellas.
- Estar en contacto continuo con sus responsables para prever las necesidades que puedan surgir el día del encuentro.
- Eliminar barreras arquitectónicas.
- Garantizar la accesibilidad comunicativa (bucles magnéticos, audiodescripciones en directo, visitas táctiles, interpretación en lengua de signos, subtitulaciones, etc.) e integrarla como recursos habituales en pro de su normalización.
- Habilitar el espacio para asegurar que las personas están cómodas:
 - Ubicación adecuada en el espacio.
 - Materiales de acomodación auxiliares.
 - ...

- Informar al personal de sala sobre las necesidades que se preveen.
- Informar con antelación a los/as responsables de otros grupos, y si así se requiriera, de que compartirán experiencia con personas con necesidades especiales.

¿Qué otra acciones se te ocurren?

3.2.5.5. Estar presente

El promotor/a ha de asistir a las actividades propuestas porque el encuentro con el público es, sin duda alguna, uno de los momentos más importantes para el proyecto. Este hito es trascendental en varios sentidos:

- Para conocer *in situ* a las personas con las que nuestra organización está interlocutando (profesorado, artistas, etc.). Esto es clave para generar confianza.
- Para evaluar si las propuestas funcionan o no. Observar y escuchar en primera persona cómo transcurre todo solo puede hacerse en ese momento.
- Para apoyar cualquier tipo de imprevisto que surja. Aunque el personal de sala deberá ser lo más autónomo posible, siempre pueden darse problemas que requieren de la respuesta por parte del/la promotor/a.
- Para poder prever con claridad ajustes a futuro. Vivir la experiencia te facilitará diseñar el proyecto que vendrá.

RE
CUER
DA

- Cuando hablamos del/la promotor/a, hablamos de su equipo de trabajo. No todos/as podemos estar en todas partes, pero es responsabilidad de la organización planificar cómo acompañará el desarrollo de actividades.

3.2.5.6. Tender puentes con las familias

Las familias forman parte de la comunidad educativa y como tal tiene total sentido que sean integradas como público a atender por tu proyecto. El trabajo con ellas puede tener distintos objetivos (incidir en la participación de los centros, conectar programación escolar y familiar, abrir vías de colaboración con otros profesionales, etc.); reflexiona en qué sentido es interesante este aspecto para tu proyecto.

→ **Algunas acciones posibles:**

- Crear y consolidar la relación con las AMPAs de los centros educativos. Algunas posibilidades:

- Presentarles anualmente las propuestas ofertadas a los centros.
- Organizar actividades conjuntamente.
- Ofrecer actividades paralelas dirigidas a las familias.
- Crear grupos participativos para que las familias puedan participar del diseño del proyecto.
- Incluir en los materiales pedagógicos actividades que impliquen a las familias.
- Diseñar propuestas de mediación que impliquen a las familias.
- Apoyar al centro para que este cuente con documentación suficiente para compartir en su blog y/o rrss el desarrollo de las propuestas impulsadas por tu proyecto.

¿Qué otras posibilidades se te ocurren?

RE
CUER
DA

- Las madres y padres son familias, pero también profesionales vinculados/as a distintos ámbitos. Crear una relación de confianza con ellos/as puede significar **nuevas oportunidades de colaboración** con otros sectores.
- Algunas AMPAs tienen **gran influencia en las decisiones que el centro toma con respecto a las actividades externas.**

3.2.5.7. Celebra... ¡lo que sea!

Las celebraciones nos permiten **vernarnos, escucharnos, sentirnos**. Aprovecha estos momentos para acercar tu proyecto a aquellas personas que quieres cerca de él, siempre hay buenas razones para reunirse y festejar.

—→ **Algunas celebraciones posibles:**

- Actos de inauguración.
- Actos de clausura.
- Entregas de premios.
- Celebración de días especiales.

¿Qué otras celebraciones se te ocurren?

RECUERDA

- Las celebraciones pueden ser una buena excusa para un uso distinto de los espacios culturales, haciéndolos menos hostiles para algunas personas que quizá no hayan tenido aún la oportunidad de sentirlos como propios.

3.2.6. BASES DE DATOS

Clave

Diseñar y trabajar sobre una base de datos que recoja información estratégica para la consolidación progresiva de tu proyecto.

Qué puedes hacer

3.2.6.1. Contar con una herramienta de trabajo apropiada

El mercado ofrece multitud de alternativas que puedes utilizar, pero la más sofisticada no tiene por qué ser siempre la mejor opción. Lo importante es que aquella herramienta que uses cuente con las prestaciones que tu proyecto necesita en el día a día y que tu equipo sepa cómo explotarla.

- Algunas de las herramientas más habituales, por su bajo coste, son los sistemas de gestión de bases de datos (p.ej. Access) u hojas de cálculo (p.ej. Excel). Estos son recursos que pueden resultarte de gran utilidad, pero es importante que se configuren y analicen aprovechando todo su potencial. Busca asesoramiento especializado si tu organización no cuenta con ese conocimiento.
- Selecciona una herramienta que evite que tengas distintas bases de datos vinculadas a un mismo proyecto. No es poco habitual tener una base de datos para la gestión de reservas, otra para el envío de boletines, otra para la facturación... evítalo en la medida en la que puedas, ya que esto no te permitirá tener una visión total de la relación con tus públicos.

3.2.6.2. Reflexionar sobre los campos de información clave

La detección de datos críticos para tu proyecto beneficiará tanto la gestión diaria del mismo como el trabajo estratégico en torno a él.

Algunas cuestiones importantes a tener en cuenta:

- Gran parte del profesorado itinera de un centro a otro. Aquel/la docente comprometido con tu proyecto será prescriptor/a del mismo sea cual sea su destino. Intenta que los contactos de estas personas sean lo más directos posibles.
- Algunos centros serán habituales en tu proyecto, otros puntuales y otros no iniciados. Diseña una base de datos que te permita analizar el historial de participación de cada centro, de manera que puedas detectar tendencias, definir prioridades y objetivos, así como establecer planes de acción según el caso.
- Ten en cuenta los distintos públicos que has definido y que se relacionan con tu proyecto desde distintos roles. En la medida de lo posible, inclúyelos en la base de datos.
- Busca un lugar para el contenido cualitativo (avisos, recordatorios, observaciones, etc.) de manera que, además de datos de carácter eminentemente práctico, la herramienta te permita acceder a cuestiones vinculadas a lo experiencial y relacional.
- Mantén actualizado el contenido.

3.2.6.3. Realizar copias de seguridad regulares

De esta manera evitarás que problemas informáticos inesperados acaben con gran parte de ese conocimiento acumulado por el proyecto.

3.2.6.4. Definir accesos

Especifica qué personas de tu equipo tendrán permiso de edición. La recomendación es evitar que muchas manos puedan intervenir sobre la base de datos. Asimismo, concreta quiénes tendrán permiso de acceso. Esto te permitirá prever qué requerimientos legales necesitas implementar.

3.2.6.5. Compatibilizar la base de datos con otras herramientas

Puede que las características de tu proyecto requieran de una base de datos digital y de otros recursos físicos, como por ejemplo fichas impresas en las que están apuntadas las reservas de cada día. Si manejaras más de una fuente de trabajo, recuerda evitar duplicidades y actualizar todas las herramientas al mismo tiempo.

3.2.6.6. Centralizar bases de datos de distintos proyectos

Si tu organización gestiona varios proyectos y crees que los públicos destinatarios son coincidentes, trata de unificar las bases. Esto te permitirá crear puentes entre distintas iniciativas y trabajar los públicos desde una visión más global.

3.2.7. TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO

Clave

Identificar qué información es clave para la viabilidad de tu proyecto y protegerla.

Qué puedes hacer

3.2.7.1. Garantizar la continuidad del proyecto ante posibles bajas

¿Y si de repente la persona que gestiona las reservas con los centros se tiene que ausentar por un período de tiempo? ¿Y si hay una formación prevista y la responsable de llevarla a cabo no puede acudir? En ocasiones habrá que improvisar, pero lo recomendable es haber previsto este tipo de situaciones.

Algunas medidas posibles:

- Designar parejas de trabajo, de manera que las personas que la forman estén mutua y regularmente informadas sobre lo que la otra está trabajando y los materiales / archivos que utiliza.
- Además de las pertinentes copias de seguridad, compartir cada [x] tiempo con otro/a compañero/a aquellos documentos que resulten vitales para el desarrollo de las actividades. Así, si la persona responsable tiene algún problema, siempre habrá otra que tenga acceso al material.
- Diseñar un itinerario formativo para que las distintas personas del equipo puedan adquirir progresivamente competencias relativas a tareas que quizá en algún momento tengan que desempeñar.

¿Qué otras medidas se te ocurren?

3.2.7.2. Garantizar el relevo intergeneracional

Si el objetivo de tu organización fuera que el proyecto perdurase en el tiempo, tendría sentido implicar progresivamente en las tareas directivas a personas susceptibles de protagonizar ese relevo.

Algunas medidas posibles:

- **Compartir contactos estratégicos**, de manera que el relevo se familiarice con el ecosistema de agentes clave para el proyecto.
- **Invitar al relevo a reuniones estratégicas**. Un ejemplo pueden ser las reuniones con responsables políticos, no solo con los/as que gobiernan, sino con los/as que forman parte de las instituciones clave para tu proyecto.
- **Integrar al relevo en los procesos de diseño y decisión** del proyecto. Es recomendable que aquellas personas que vayan a relevar a otras tengan opción de ir configurando el proyecto en coherencia con su visión. Para que esto suceda de una manera progresiva, lo ideal es que estas personas participen del trabajo estratégico con margen temporal suficiente para evitar cambios bruscos que desorienten a los/as destinatarios del proyecto.
- **Formar en liderazgo**. Conocer en profundidad un proyecto no significa necesariamente saber cómo liderarlo, por lo que es recomendable que el relevo vaya adquiriendo competencias en esta materia.

¿Qué otras medidas se te ocurren?

3.2.7.3. Entender tu proyecto como una iniciativa que aporta positivamente a la sociedad y que trasciende tanto intereses individuales como organizacionales

Plantéate qué necesitaría saber cualquier profesional que estuviera al cargo para garantizar la continuidad de proyecto. Documenta ese conocimiento para que pueda ser accesible en caso de necesidad.

RE
CUER
DA

- Dicha documentación puede tener múltiples formatos, pero independientemente del nivel de sofisticación de los mismos, ten en cuenta que lo importante es **que el contenido** que estos recogen **sea estratégico** para que tu proyecto pueda seguir impactando positivamente en la sociedad, independientemente de quién esté al cargo.

