

PRODUCIR UN

FES

T

VAL

**Claves para el trabajo
colectivo y creativo**



PRODUCCIÓN DE UN FESTIVAL



1 #HáblameDeEstaCartilla ————— 2

2 #ElOrigendeTodo ————— 4

3 #CadaPiezaDelSistemaDeProducción ————— 7

4 Infografía ————— 10

x	Dirección General	11
x	Producción Ejecutiva	13
x	Producción General	14
x	Comunicación	16
x	Dirección Técnica	20
x	Producción Artística	22
x	Área de Logística - Mensajería	24
x	Mantenimiento y prevención	28

5 #InventaEnColectivo ————— 29



#HáblameDeEsta Cartilla

Este material ha sido elaborado con la intención de recorrer paso a paso las etapas para hacer un festival en distintas escalas, cada paso recomendado puede y debe adaptarse al contexto, objetivo y capacidades de lxs productoxs del evento. Es una guía que se construyó en función de orientar sobre la estructura de organización de equipos de trabajo para un festival o evento, así como aportar datos y claves específicas para afrontar las tres etapas básicas de todo el proceso, en este caso: pre-festival (antes) | festival (durante) | post-festival (después).

Además, para enriquecer este proceso, acompañaremos estas claves de producción con algunas herramientas que den bases más fuertes para impulsar un festival o proyecto, que te permitan pensar y poner en práctica estrategias sencillas de autogestión y cogestión. Te invitamos a ensayar formas de organización y gestión de festivales desde una mirada que combine conceptos, estrategias y herramientas diversas. Y que, a su vez, coloque por encima de cualquier interés individual el deseo y la convicción de generar redes, trabajo y vida colectiva, donde se practique el apoyo mutuo, la colaboración, el trueque o cualquier forma de intercambio solidario y cooperativo. Será la complementariedad y no la competencia la que permitirá potenciar nuestras ideas y acciones comunes en este mundo de alto consumo cultural.

CÓMO USAR ESTE MATERIAL

Te encontrarás distintos símbolos con información que complementará cada una de las acciones del trabajo de producción de un festival o evento, por eso te sugerimos estar muy pendientes porque te aseguramos que harán cada paso más fácil.

× Códigos o QRL:



Todos los que consigas en el texto contienen los formatos necesarios para planificar, ordenar y hacer seguimiento de cada proceso de trabajo. La mayor parte de estos formatos son del Festival Aniversario del Parque Cultural Tiuna El Fuerte. También los puedes buscar en la Sección Multiteca de nuestro portal **www.comunalizarelpoder.com**

× Tips:

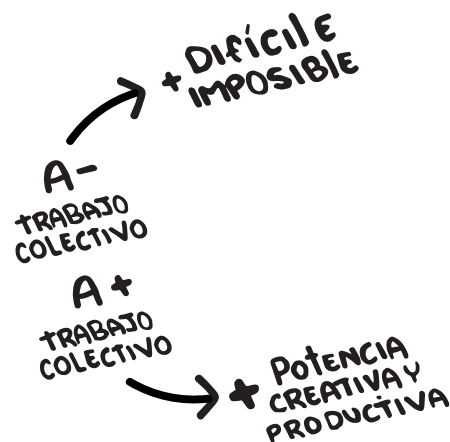


Son condiciones fundamentales para el desarrollo del festival. Son alertas, el ojo pelao para el desarrollo pleno del proceso.

× Herramienta:



Compartimos propuestas de trabajo colaborativo que facilitarán y ayudarán a garantizar que el festival sea posible. Proponemos maneras de financiarlo con y sin dinero, una manera que potencie las capacidades propias y las que forjamos junto a otrxs. Las herramientas que encontrarás en distintas áreas de trabajo son para ponerlas en práctica de manera colectiva.





Todo

#ElOrigende

EL PROYECTO

Te sugerimos una manera de estructurarlo, con los elementos fundamentales que al inicio hay que definir, no como camisa de fuerza pero sí como brújula para el trabajo. Definir la naturaleza, los objetivos y el espíritu del festival, es enriquecedor y motivador cuando se hace en colectivo, para ello, con la ayuda de esta guía de proyecto, pueden hacer una lluvia o tormenta de ideas. Se trata de poner a volar la creatividad y aterrizar las ideas.

Definir la naturaleza nos permitirá establecer los productos y servicios que ofrece el festival, que lo ubican en un determinado punto del contexto o mercado.

× Nombre del Festival:

Guía el carácter del proyecto de festival a realizar, conceptualiza su naturaleza y objetivos. Un nombre claro, potente que identificará en adelante el proyecto.

× Naturaleza del Festival:

Podemos definirla determinando la o las disciplinas a expresarse (música, teatro, danza, cine, etc), los géneros, el público al que va dirigido (niñxs, jóvenes, adultxs, familia), y los valores a comunicar, entre otros aspectos. No debe olvidarse el valor distintivo, qué hace a nuestro evento diferente a otro contexto.



× Objetivos:

Qué se desea lograr a corto, mediano y largo plazo. La realización del festival es en sí mismo un objetivo, no obstante, debe ser una plataforma para posicionar las luchas y los intereses del grupo que lo organiza y de quienes participan en él.

× Espíritu:

Es el texto emotivo donde se expresa la naturaleza, objetivos y características del festival. El espíritu sirve para comunicar al equipo de producción, equipo técnico y artistas, cuáles son las premisas del evento. Asimismo es empleado por el equipo de comunicaciones y campaña gráfica para extraer los mensajes que serán emitidos al público.

× Público:

Cuando hablamos de público, más allá de las edades, debemos definir a qué sectores, intereses, clase social nos interesa convocar al festival. Este paso es importante porque define desde el cartel (artistas y disciplinas invitadas) hasta las estrategias de promoción de nuestro evento.

× Fecha y locación:

Al momento de decidir la fecha de nuestro festival debemos tomar en cuenta: la época del año, feriados, quincenas y eventos paralelos. En el caso de la locación es primordial considerar vías de acceso en carros particulares y transporte público, aforo, estacionamiento, condiciones infraestructurales, otros.

× Mapeo de nuestras capacidades:

Identificar con suficiente sensatez cuáles son nuestras capacidades reales, con qué equipo humano, técnico y de infraestructura contamos para desarrollar el festival. Saber cuántos somos y cuáles son nuestras capacidades nos ayudará a saber qué perfiles necesitamos buscar para completar el equipo realizador del festival; el mismo caso aplica para el aspecto técnico y de infraestructura. Para ello les proponemos como herramienta clave el uso del Inventario de riquezas, el cual identifica nuestras riquezas tangibles e intangibles potenciales, que nos permitirán hacer intercambios y acuerdos de colaboración con otros.

× Mapeo de aliados:

Hacer un listado de aliados para saber quiénes son, dónde están y cuáles son sus riquezas es fundamental para promover lógicas de intercambio distintas que superen el aspecto netamente monetario. Además de ser un paso clave para resolver requerimientos de servicios o insumos.

× Tiempos de ejecución:

Las tareas y responsables deben estar claramente definidas, así como también las fechas o los momentos en que deben estar resueltas esas tareas. Un cronograma es una buena herramienta para identificar tiempos-tareas-responsabilidades.



INVENTARIO DE RIQUEZAS



Un inventario es una lista de los bienes/recursos pertenecientes a una persona o comunidad, hecha con orden y claridad. Este inventario que te proponemos tiene una característica muy importante que es clave para que las economías colaborativas sean más allá del dinero, para que la economías colaborativas, más allá del dinero, Potentes: Mirar la diversidad de riquezas.

Casi siempre pensamos únicamente o más rápidamente en riquezas tangibles como son el dinero, materiales, infraestructura, sin embargo, existen también las intangibles; - conocimiento, contactos, entre otros - que son también importantes y estratégicas. Este cambio de mirada será clave para pensar un modelo no solo de financiación y viabilidad sino de sustentabilidad del festival. Pararnos desde la potencia que tenemos y que podemos activar para mover una economía potente colaborativa que va mucho Hagamos el ejercicio de identificar e inventariar las riquezas que tenemos en cuatro (4) dimensiones.



Ambiental

Espacios
Equipamiento
Transporte
Materiales
Sitios web



Cultural

Trayectoria
Saberes y hacer
Conocimiento
Cartillas, revistas,
materiales bibliográficos



Financiera

Créditos
Financiamientos
Trabajo voluntario
Mercados
Trueque
Monedas solidarias



Social

Conexiones y contactos
Reputación y visibilidad
Articulaciones y alianzas

#CadaPiezaDel Sistema

COMO ORGANIZAR EL FESTIVAL

Luego, veamos cada área del sistema de producción. Lograr hacer un festival con éxito dependerá del engranaje de cada una de las piezas. Todas las personas, todos los procesos, todos los elementos, todas las decisiones que se tomen, son importantes y deben compartirse para que haya conexión y sincronía. Entonces, hay que definir los equipos de trabajo necesarios e indispensables y las responsabilidades que cada uno tendrá, así como la dinámica de relaciones entre cada área para garantizar funcionalidad y operatividad. Esta es la etapa de ejecución del proyecto; lo que amerita un sistema de relación que priorice las reuniones de todo el equipo que ponga en valor la inteligencia colectiva generada por la diversidad de miradas, conocimientos y experiencias, el flujo de comunicación permanente y sistemático del trabajo, manteniendo una dinámica como de acordeón, que abre y cierra al compás de la música, al compás del proyecto.

Si durante la elaboración del proyecto logramos vernos reflejados y estamos motivados dado que fuimos y somos parte de su creación, los procesos posteriores y las dinámicas de trabajo de cada uno de los roles funcionales y operativos, responderán a los criterios y orientaciones de lo que previamente se ha definido, dando autonomía para avanzar y a la vez conexión para no perder el rumbo.



La colaboración es una lógica potente y útil a incorporar en todas las áreas de construcción y producción del festival. Cada uno de los procesos requiere gente a dedicación exclusiva, por eso se arman equipos, pero también se pueden abrir espacios de participación puntuales que puedan generar comunidad. Sumar voluntarixs que puedan y quieran asumir tareas concretas, que son importantes y útiles, porque el festival es una oportunidad para aumentar las riquezas en relaciones sociales, políticas, culturales, para tejer redes de trabajo y colaboración, también es un ambiente para la formación y el aprendizaje de todxs.

GARANTIZAR FLUJOS COMO PUNTO DE PARTIDA



Te proponemos una serie de pequeñas pero potentes herramientas de trabajo:

- Para facilitar el flujo de información de manera permanente, se pueden utilizar **documentos compartidos**, desde Google Drive se pueden crear a partir de tu dirección de correo en Gmail. Estos documentos pueden ser editables y vistos por todas las personas que forman parte del colectivo de trabajo. Están siempre en línea, por tanto, al ser editados se actualizan automáticamente para todxs. Depende del acceso a internet. También existen herramientas libres que puedes explorar.
- Si disponen de teléfonos inteligentes se pueden utilizar aplicaciones como Telegram (que también se instala en el computador) o WhatsApp. En ambas aplicaciones se pueden **abrir grupos** y mantener conversaciones fluidas. Dependen del acceso a internet.

Pasamos ahora a mencionar las tareas asociadas a las áreas fundamentales, así como la conexión entre éstas:●



Dirección General



Producción Ejecutiva



Producción General



Comunicación



Dirección técnica



Producción Artística



Area de Logística-Mensajería●



Actividades complementarias



Espacios socioproductivos●

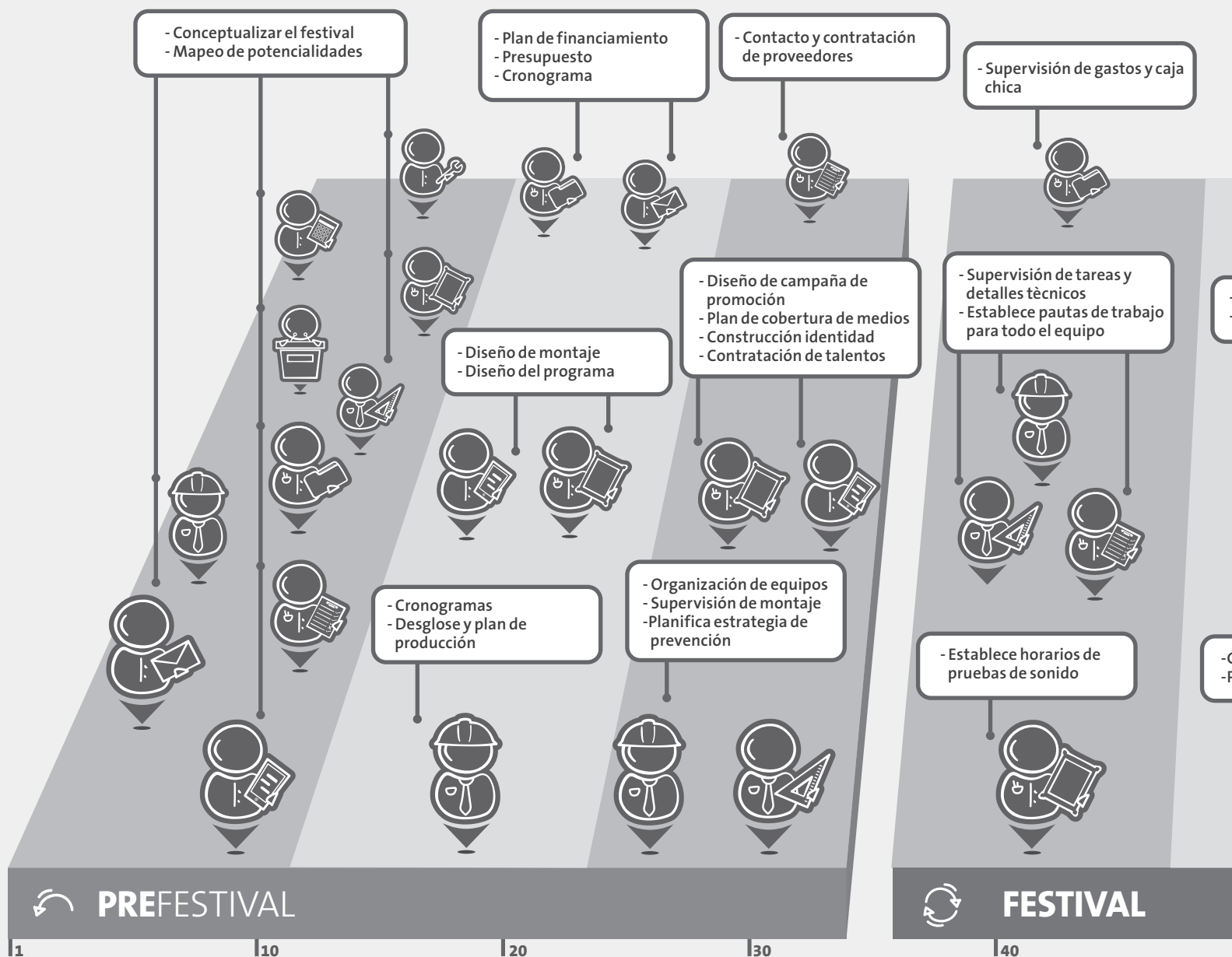


Mantenimiento y prevención.

SISTEMA DE PRODUCCIÓN DE UN FESTIVAL

Ejecutar un proyecto de festival con éxito dependerá de la sincronía y conexión del equipo de trabajo. Esta herramienta

presenta una ruta básica que te permitirá visualizar los momentos clave en el proceso de producción y sus articulaciones.



Dirección General: Tiene la visión integral de todo el evento y es responsable de la toma de decisiones que garantice la ejecución del plan de trabajo.



Producción Ejecutiva: Su tarea es obtener, generar y administrar los recursos tangibles e intangibles necesarios para el desarrollo del festival.



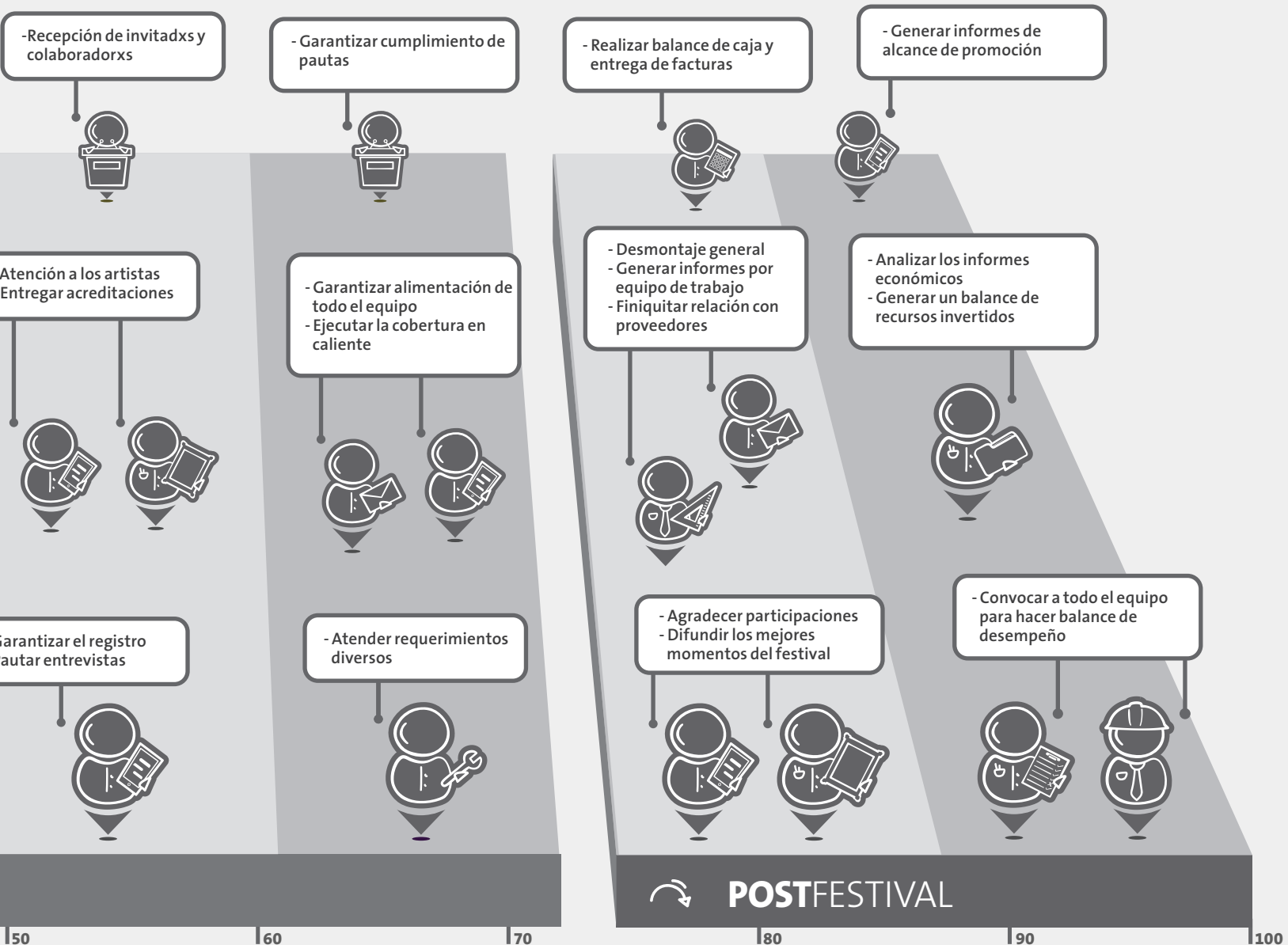
Producción General: Hace seguimiento a las áreas operativas del festival.



Comunicación: Responsable del diseño y ejecución de la estrategia de promoción del festival.



Dirección Técnica: Tiene la tarea de prever requerimientos técnicos para cada área.



5

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

5

Área de Logística Mensajería: El área de la **logística** es la responsable de atender las necesidades del equipo. El área de **mensajería** se ocupa, en la preproducción y en la postproducción, de escribir y enviar todas las comunicaciones necesarias.

5

Actividades complementarias: Complementan nuestro evento más allá de la actividad central, pueden ser foros, talleres y exposiciones.

3

Espacios socioproductivos: Son aquellos que pueden producir un ingreso importante al festival para la cobertura de costos

4

Mantenimiento y prevención: **Equipo Mantenimiento y Limpieza** que acondiciona el espacio. **Equipo de Prevención y Control** que se encarga de mantener el ambiente de calma y tranquilidad.



Dirección General

Tiene la visión integral de todo el evento y es responsable de la toma de decisiones que garantice la ejecución del plan de trabajo, que ha de ser construido de manera participativa y en equipo. Debe contar con un asistente.



Las decisiones se deberían tomar en colectivo, sin embargo, al calor de la producción hay muchas que hay que tomar de manera rápida y sin posibilidad de consulta, es por ello que si hay claridad en el proyecto, habrá un espíritu y argumentos comunes para tomar decisiones desde la Dirección General.

PRE (Antes)

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

FESTIVAL (Durante)

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

POST (Después)

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





Producción Ejecutiva

Su tarea es obtener, generar y administrar los recursos tangibles e intangibles necesarios para el desarrollo del festival o generados por éste, generando siempre mecanismos de transparencia del uso de recursos. Dentro de su equipo debe contar con administrador y secretarix.

PRE (Antes)

1. **Realiza un dossier** de patrocinio, para búsqueda de apoyo, que contenga: descripción del festival, alcance, programación, fotos y lista de servicios o intercambios a ofrecer a patrocinantes, aliadxs, colaboradorxs; esto último es clave.
2. **Diseña formas** de financiamiento con y sin dinero, buscando alianzas, formas de intercambio con otras organizaciones, además de gestiones institucionales y todo lo necesario para garantizar los recursos indispensables para el desarrollo del festival. •
3. **Cruza la** información del mapeo de aliados del festival y los requerimientos emanados de cada área, con el objeto de establecer acuerdos según las posibilidades del proveedor y las demandas del festival.

4. **Contacta y** lleva la relación con los posibles patrocinantes y colaboradores. •

5. **Analiza los** presupuestos solicitados por la producción general para establecer qué servicios se pueden o no contratar. •

6. **Elabora presupuesto** general del festival.

7. **Es responsable** de elaborar y finiquitar los contratos, trueques, intercambios con proveedorxs y talento.

FESTIVAL (Durante)

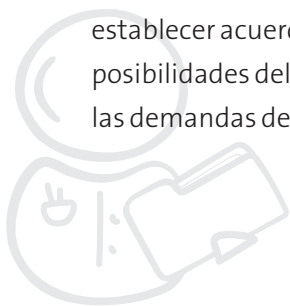
1. **Acompaña el** proceso en los puntos socioproductivos del festival, desde la disponibilidad de productos o insumos hasta los cortes de caja. •

2. **Garantiza que** cada área cuente con su caja chica.

POST (Después)

1. **Envía cartas** de agradecimiento a los patrocinantes y colaboradores.

2. **Realiza, junto** a la Dirección General, rendición de los recursos invertidos, las ganancias, las pérdidas; generando un balance técnico-administrativo del evento.





Producción General

Hace seguimiento a las áreas operativas del festival. Debe contar con apoyo de asistencia según la magnitud del evento.

PRE (Antes)

1. Solicita un proyecto por área de trabajo, que incluya: cronograma de actividades, requerimientos técnicos, locaciones, equipo humano, gastos generales, plan de acción. Ejemplo de Proyecto:

https://docs.google.com/document/d/1AvMM5Pcqcd-jtwp_8fPCM-bDeTWaU1y9h-Q3aPrxOzfw/edit?usp=sharing

2. Realiza un cronograma general de actividades (utiliza la información de los proyectos entregados por cada área). Ejemplo de Cronograma de Actividades https://docs.google.com/spreadsheets/d/1nsjllgws-kkSyD7pRrnFjGIOSF3_RpHqVE-h9T-54hRGs/edit#gid=295191190

3. Revisa junto al Director Técnico las locaciones del festival y sus requerimientos para el montaje

general; aquí debe verificar la factibilidad de los requerimientos de las otras áreas.

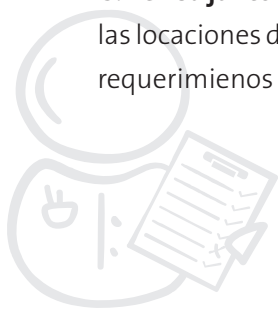
4. Solicita a la Producción Artística los ryder del talento y los analiza, junto a la Dirección Técnica, para entregar contra-ryder a los artistas.●

5. Se reúne con lxs proveedorxs, aliadxs y colaboradorxs para establecer: fechas de montaje, recibimiento de insumos, desmontaje y entrega de insumos.●

6. Se reúne con el equipo de seguridad interno para determinar el plan a aplicar.●

7. Se reúne con los cuerpos policiales para establecer dinámicas de trabajo.

8. Hace un directorio con los contactos (teléfonos y correos) de los responsables del festival: productores, proveedores, cuerpos de seguridad y atención médica, entre otros.



PLAN COLABORATIVO



Una vez que hicimos nuestro Inventario de riquezas, y tenemos los proyectos por área de trabajo, toca ver qué necesitamos, qué de eso tenemos y qué nos hace falta.

Qué necesitamos: Haz un listado de requerimientos donde se especifiquen con detalle todas las necesidades para la producción del festival o evento.

Qué tenemos: Esto se realiza mucho mejor usando y chequeando nuestro "inventario de riquezas" que para este momento ya debemos tener hecho.

Qué nos falta: Pensando en todo esto que nos falta, la cosa se pone más interesante, porque es aquí donde podemos desplegar la mayor creatividad para pensar cómo solventarlo, recuerda que la clave aquí es que el problema es una oportunidad, lo que nos falta es una oportunidad para conectarnos con otrxs (aliadx, colaboradorxs).

Un ejemplo de aplicación esta herramienta podría ser en cuanto a Hospedaje, buscar combinación de soluciones: Apoyos de hoteles locales a cambio de patrocinio, activación de una red de hospedaje solidario que puede sumar voluntarios en la ciudad para albergar gente durante el festival, o coordinar con algún colectivo local que cuente con hospedaje algún intercambio donde algunas de las Riquezas del colectivo les sirva a ellos. Hospedaje por uso del sonido, u hospedaje por apoyo en una actividad de ellxs.

En resumen: Mapear las riquezas en 4 dimensiones, ayudará a buscar soluciones también en 4 dimensiones. No todo se resuelve con dinero, nuestra mayor divisa es la creatividad en la búsqueda de soluciones.

FESTIVAL (Durante)

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

POST (Después)

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



Comunicación

Responsable del diseño y ejecución de la estrategia de promoción del festival. Para esta área existen muchas maneras de organizar al equipo, acá proponemos como método útil la **Cobertura colaborativa**.

PRE (Antes)

1. Diseña la estrategia integral de comunicación: el plan de medios, gira de medios, productos a realizar, géneros, formatos, plataformas de distribución y difusión, equipo humano, tiempos y responsables de ejecución.

2. Produce la identidad gráfica y discursiva del festival, atendiendo a la naturaleza del mismo, para luego producir piezas como: video promocional, micro de radio, flyers, afiches, backing, pendones, aviso de prensa, otros. ●Elabora nota de prensa y dossier de información con datos generales y específicos del festival. Los cuales serán utilizados para distintos fines, por ejemplo; para los voceros en la rueda de prensa, para los periodistas, para los maestros de ceremonia, otros.

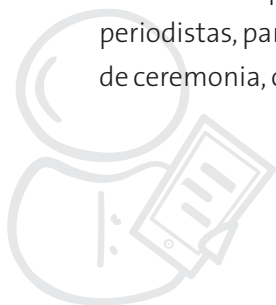


3. Planifica y ejecuta la rueda de prensa, para ello debe contar con: directorio de medios, voceros, kit de prensa (nota, dossier, fotos, videos, programación, otros), locación, refrigerio.



Si no disponen de los medios o del conocimiento por ejemplo en diseño gráfico, tal vez a través de intercambio colaborativo lo puedan producir. Siempre hay que revisar el Inventario de riquezas y el Plan colaborativo para ver cómo gestionar todo de la mejor y más provechosa manera.

... la rueda de prensa uno o dos días antes del inicio del festival, preferiblemente en horas de la mañana.



4. Establece comunicación con medios públicos y privados para solicitarles: difusión de información sobre el festival, la cobertura del evento y el agendamiento de entrevistas a voceros y voceras.



5. Coordina con la producción general las pautas y necesidades para la cobertura del evento, esto va desde una transmisión en vivo hasta las indicaciones para que los camarógrafos y fotógrafos se suban al escenario.

6. Solicita a producción artística la grilla definitiva de artistas, con el fin investigar sobre las bandas y nutrir, así; el discurso generado sobre la programación del festival.

7. Diseña pautas para la movili-

dad de las redes sociales (define etiquetas, influenciadores) y espacios de difusión propias del festival. Acá es fundamental un community manager que conozca los formatos pertinentes para cada plataforma.

8. Coordina con la producción general las pautas y necesidades para la cobertura del evento, esto va desde una transmisión en vivo hasta las indicaciones para que los camarógrafos y fotógrafos se suban al escenario.

9. Solicita a producción artística la grilla definitiva de artistas, con el fin investigar sobre las bandas y nutrir, así; el discurso generado sobre la programación del festival.

10. Diseña pautas para la movilidad de las redes sociales (define etiquetas, influenciadores) y espacios de difusión propias del festival. Acá es fundamental un community manager que conozca los formatos pertinentes para cada plataforma.



El agendamiento de entrevistas constituye la Gira de Medios de la cual se genera un cronograma cuyo cumplimiento depende del equipo de comunicación, quien debe velar porque los voceros designados cumplan con la pauta.



Para la gira de medios es preferible establecer comunicación directa con los productores de los programas, mientras que para la rueda de prensa y difusión general de información sobre el festival, es preferible hacerlo a través de los departamentos de prensa.



El inicio de la campaña de promoción puede variar, según la estrategia que se diseñe puede comenzar un mes antes; así como también pudiera ser con sólo dos semanas de antelación. La clave para que tenga impactos son las plataformas de difusión utilizadas, la efectividad de las piezas y la estrategia que las acompañe.



COBERTURA COLABORATIVA



Elaborar el plan de medios y de cobertura de un festival o evento es una oportunidad para sumar más colaboradorxs y abrir espacios de participación, así como para lograr una rica y participativa fórmula de registro/visibilización/difusión, que posibilite aprovechar la diversidad creativa de quienes logremos sumar. El resultado de una buena cobertura colaborativa se puede convertir en un portafolio-producto para futuras gestiones, para compartir con los participantes del evento como parte de los estímulos, como una metodología a compartir, entre otros.

Para armar una campaña de Cobertura Colaborativa, así como activar una red de voluntarixs para otras áreas de trabajo, son:

- Una vez que se tiene el proyecto del festival se elabora el plan de Cobertura Colaborativa que ha de combinar distintas herramientas, que mezclen lo analógico y lo digital, sobre todo en contextos donde es necesario propagar esta idea y tejer las confianzas pero hay limitaciones en el acceso y uso de internet.
 - Te recomendamos hacer un material corto, llamativo, claro sobre la campaña y sobre por qué, para qué y cómo ser parte de esta cobertura. Un material que pueda circular de manera digital y física. Se puede hacer un kit de divulgación online e impreso con distintos formatos útiles (volante, cartilla y demás materiales motivadores e informativos).
 - El equipo de comunicación del festival deberá coordinar al voluntariado de los distintos segmentos que se decidan hacer: diseño gráfico, fotografía, asesoría de impresos, redacción, audiovisual, transmisión en vivo, redes sociales; este último rol es clave sobre todo en espacios donde por primera vez se estará desplegando la campaña.
- Todas las convocatorias de participación previas al festival (voluntariado, encuestas, publicaciones del proceso) son al mismo tiempo estrategias de promoción del propio festival, van calentando motores, van sumando gente, voluntades, van instalando al festival en la ciudad, en las redes y en todos los espacios posibles. Recomendamos usar todas las redes del propio festival: Facebook, twitter; abrir un correo electrónico específico para la gestión de la red de cobertura colaborativa. Ejemplo: cobertura-colaborativa@unna@gmail.com.



COBERTURA COLABORATIVA



- Convoquen asambleas, reuniones o encuentros con medios alternativos de la zona, con estudiantes o apasionadxs de la comunicación y las artes, redes o colectivos de comunicadores para presentar la idea, agitar y registrar voluntarios. Para el registro se puede abrir un formulario en Google Form que permita que la gente se postule de manera virtual y también, tengan siempre a mano planillas físicas para el registro en lugares sin conexión a internet. Ten presente que deberás hacer una reunión presencial con lxs voluntarixs por lo menos dos semanas antes del festival.

- En las reuniones previas al festival organicen el trabajo de acompañamiento de la cobertura distribuyendo funciones y responsabilidades según la programación prevista. Te compartimos un Plan de Cobertura Colaborativa.

- En el caso de la Cobertura Colaborativa es importante prever un espacio de formación para todo el equipo,

así como para refrescar objetivos del proyecto de Festival, motivar y crear condiciones de trabajo en equipo. También debería definirse ahí el #hashtag oficial (que puede ya estar en uso), y las líneas generales de la cobertura (Línea editorial, foco principal, qué no podemos olvidar en el discurso, cuál es el tono de lo que se publica en redes).

- Es importante que el equipo de Comunicación plantee cuáles serán los mecanismos de revisión de las publicaciones a través de redes y otros soportes.

- Una vez iniciado el plan de cobertura, se debe chequear el movimiento de las redes sociales cada 30 minutos como mínimo, para garantizar que la línea editorial no se ha desviado, corregir o potenciar mensajes.

- Convocar una reunión de evaluación luego del cierre del festival o evento, donde se visibilice el esfuerzo colectivo.



Mostremos de manera abierta los procesos, las dinámicas en tiempo real, que la gente pueda seguir el festival aun no estando ahí. También se pueden hacer productos que la gente pueda apropiarse y personalizar, por ejemplo que puedan hacer sus propios Avatar de facebook, entre otras cosas que motiven a la creación de comunidad.



FESTIVAL (Durante)

1. Garantiza el registro del evento según las capacidades del festival. Lo ideal es que haya un buen registro fotográfico, audiovisual y sonoro. ●

2. Establece comunicación con producción artística para pautar entrevistas y/o fotografías a los talentos, también para conocer el orden de presentación de artistas y el repertorio de las bandas (orden de temas). ●

3. Recibe, orienta y acredita a los periodistas y medios. Realiza, para redes sociales, la cobertura “en caliente” de lo que ocurre, tanto en el escenario, como en su entorno (montaje, llegada de artistas, público, backstage, entrada, ferias, otros), para ello utiliza herramientas como teléfonos con cámara, smartphone o tabletas. ●

4. Genera productos sobre el desarrollo del festival:

galería de fotos, videos cortos, reseñas, otros. Material que debe ser publicado en las distintas plataformas de difusión del festival.

5. Actualiza permanente-
ente las redes sociales, para lo cual: programa actualizaciones con herramientas como HootSuite, realiza cobertura en caliente y postea contenidos más trabajados. Un método útil es mencionar o etiquetar a los artistas y actores claves relacionados con el festival.

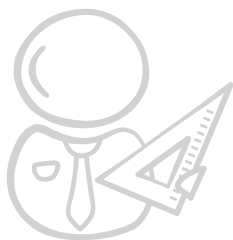
POST (Después)

1. Genera y difunde piezas que den cuenta de los mejores momentos del festival:

videos, nota de prensa, crónicas, galerías, audios, Resalta asistencia de público, talentos destacados, otros.

2. Genera informe sobre el alcance de la promoción y vacíos encontrados. Debe contener estadísticas de las plataformas digitales, índice de productos, banco de imágenes, entre otros.





Dirección Técnica

Es una de las áreas más importantes del festival pues tiene la tarea de prever requerimientos técnicos para cada área.

PRE (Antes)

1. Realiza el diseño del montaje del festival (debe conocer con detalle la locación, medidas y situación del terreno), estableciendo áreas de conciertos, foros y talleres, ferias y áreas de trabajo en un mapa 2D.

2. Construye un ryder técnico de todos los requerimientos para el montaje: estructuras de soporte, tipo de tarima, iluminación, sonido, puntos eléctricos, toldos, camerinos, mesas, sillas, baños portátiles, barricadas, etc. ●

3. Junto al productor general convoca y coordina el equipo técnico para el montaje, los conciertos y/o espectáculos. ●

4. Junto a la producción general determina las pautas de las presentaciones artísticas, foros, talleres y todas las actividades presentes en el festival, las cuales comunica

al equipo técnico. Formato para pautas de trabajo del equipo técnico: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1JISJB4Wica-QByHpoJ_2vNO5HUogiE6K9N-ZOKpLIBZ4/edit?usp=sharing ●

5. Supervisa el montaje del evento.

FESTIVAL (Durante)

1. Acompaña a los responsables del área técnica en la ejecución de sus tareas y está atento a los detalles técnicos de última hora. ●

2. Vela porque el personal técnico esté dispuesto en cada área según los horarios establecidos

POST (Después)

•

1. Coordina el desmontaje general: escenario, camerinos, cerramiento, stands, otros. ●

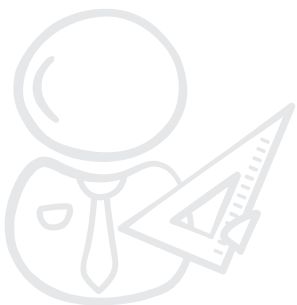
2. Entrega reporte de los incidentes, en caso de que hubiere.



EQUIPO MINIMO NECESARIO:

Este equipo dependerá de la magnitud del festival. Nombramos los roles en inglés para que puedan ser reconocidos en cualquier ámbito.

- A.** Stage Manager: Asistente de dirección técnica. Es la persona encargada del escenario.
- B.** Asistente de Stage manager.
- C.** Operador de Main (Operador de audio).
- D.** Operador de Monitores (Mezcla los sonidos para los músicos).
- E.** Diseñador de Iluminación y escenario.
- F.** Operador de Video.
- G.** Master Riger (tramoyista).
- H.** Stage Hands (caleteros).
- I.** Electricista





Producción Artística

Vela por todo lo relacionado a las presentaciones artísticas del festival. Según la cantidad de disciplinas presentes y la complejidad de las presentaciones, puede contar con un asistente por área: teatro, circo, conciertos, etc; además de un encargado para camerinos que suministre catering asignado por banda.

PRE (Antes)

1. Propone el cartel artístico vinculado al proyecto del festival. Contacta a lxs artistas y programa las presentaciones durante los días que durará el evento. ●

2. Establece horarios y orden de presentaciones junto a la Dirección Técnica. ●

3. Solicita presupuesto del talento artístico y los entrega a la Producción Ejecutiva. ●

4. Solicita ryder técnico a los talentos y se los entrega con antelación al Productor Técnico, Director Técnico y al Stage Manager. ●

5. Realiza un manual informativo del evento para entregar a los artistas. Ejemplo de manual para artistas: https://docs.google.com/document/d/1wspA6NsLIqgm-DeFKb0Jo2pJWBKj1n_z07AlEps-dpCt4/edit?usp=sharing

6. Coordina la atención a lxs artistas en camerino. ●

7. Tiene un área de Atención a artistas o invitadxs: En los casos en que el festival reciba artistas o invitadxs nacionales o internacionales, será necesario una persona encargada que se ocupe de: contactar lxs vía telefónica y/o correo electrónico y solicitar su itinerario de vuelo, programar sus hospedajes y transporte, recibir lxs en el aeropuerto, ubicar lxs en el hotel, acompañar lxs en sus procesos de cambio de moneda, entre otros. Todos los costos de lo requerido deben ser comunicados a la Producción Ejecutiva.

FESTIVAL (Durante)

1. Re-confirma con lxs artistas los horarios de prueba de sonido, llegada e inicio del show. Realiza seguimiento a estos horarios de forma permanente. ●

2. Recibe a lxs artistas y los guía a camerino, garantizando que se les proporcione la atención prevista. Del mismo modo verifica que los horarios de entrada y salida, a este espacio, se cumplan. ●

3. Presta apoyo al equipo de comunicación para cobertura en vivo, entrevistas y fotografías a lxs artistas. También comparte con esta área el orden de presentación y los cambios de último momento.

POST  (Despues)

1. Envía correo o carta a los artistas y managers, agradeciendo su participación en el festival.

ELECCIÓN PARTICIPATIVA DEL CARTEL DE ARTISTAS (CURADURÍA)



Cada vez es más importante involucrar al público, para que desde los inicios sientan que son parte una comunidad que piensa y participa del festival. Se puede experimentar la curaduría colectiva que puede hacerse de diversas maneras: una campaña virtual pre-festival en la que se motive al público a opinar sobre el cartel en función de criterios que permitan ordenar y tomar decisiones, otra vía es plantear, a través de redes sociales, a quién les gustaría ver en el festival, siempre a partir de las orientaciones y objetivos del proyecto, también se puede convocar una actividad pre-festival con diversidad de actores tales como organizaciones culturales, políticas, público general, posibles patrocinantes públicos y privados, y hacer una dinámica que permita recoger insumos para el armado del cartel.





Área de Logística - Mensajería

El área de la logística es la responsable de atender al equipo de producción, equipo técnico (en caso de que sea directamente contratado por nosotros y no por el proveedor) y artistas, con respecto a: Alimentación e hidratación, Catering y Hospedaje. El área de mensajería se ocupa en la preproducción y en la postproducción de escribir y enviar, vía correo electrónico y en físico, las cartas solicitadas por: la Producción Ejecutiva (búsqueda de patrocinio), Logística (solicitud de donaciones), Comunicaciones (Invitaciones), Actividades Complementarias (Invitaciones). Debe contar con apoyo motorizado que agilice las entregas personalizadas.



Es importante que el encargado de logística revise periódicamente su listado, ya que, el equipo puede modificarse, aumentar o disminuir.



PRE (Antes)

1. Calcula cantidades de alimentación e hidratación en función de un listado del equipo implicado en la producción del festival (contemplando días de preproducción arduos, montaje, producción del festival y desmontaje). •

2. Contacta a proveedores que puedan prestar el servicio de la alimentación, en caso de que el grupo organizador no posea una unidad de cocina a la que se pueda integrar un equipo que realice tales alimentos. •

3. Entrega presupuestos o costos de lo requerido a la producción ejecutiva. Se comunica con la producción artística para establecer la propuesta de catering que se les puede ofrecer a los artistas.

4. Solicita al resto de las áreas información sobre los

requerimientos de hospedaje (cantidades, datos, fechas). •

5. Conformar un equipo de trabajo para la atención diaria, por áreas, durante el festival. También designa a un encargado para la entrega de acreditaciones al personal

FESTIVAL (Durante)

1.. Recibe y organiza todos los insumos (alimentación, hidratación, otros) •

2. Garantiza que cada persona del equipo se alimente oportunamente.

3. Entrega acreditaciones. •

4. Atiende requerimientos como: movilización, compras mínimas imprevistas de materiales como: baterías, cables, bombillos, otros.

POST (Después)

1. Finiquita relación con los hospedajes y proveedores en general. •

2. Entrega facturas y rendición de gastos, en caso de haber financiado requerimientos imprevistos.





Actividades complementarias

(Formación, intercambio de experiencias, reuniones, exposiciones)

Son aquellas que complementan nuestro evento más allá de la actividad central.¹ Pueden ser foros, talleres y exposiciones; cada una de estas actividades deben ser coordinadas por una persona responsable que establezca junto a la Producción General los requerimientos generales.

1. La actividad central de cualquier evento la decide la producción (el grupo organizador del evento, el colectivo u organización promotor del evento), en función de la naturaleza de su proyecto de festival.

PRE (Antes)

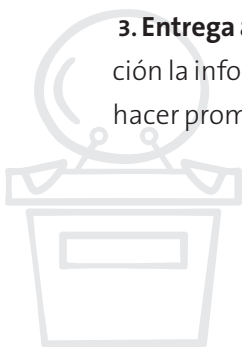
1. Cada actividad debe entregar a la Producción General su plan de producción, especificando: horarios de sus actividades, espacio, necesidades técnicas; y al Área de Logística: necesidades extraordinarias de refrigerios e hidratación y hospedaje si fuera necesario. ●

2. Cada actividad debe concebir lo que sucederá en su espacio, los temas a tratar, quienes serán los ponentes y/o talleristas, la metodología de discusión, el contenido de las invitaciones (entregado con antelación a mensajería) para la convocatoria.

3. Entrega al Área de Comunicación la información necesaria para hacer promoción a la actividad.

FESTIVAL (Durante)

1. Recibir a los invitados/colaboradores y al público
2. Acompañar el desarrollo de la actividad, garantizando el cumplimiento de las pautas de horario y objetivo de la actividad se cumplan





Espacios Socioproductivos

(Ferias de comida, diseño, entre otros)

Los espacios socioproductivos son aquellos que pueden producir un ingreso importante al festival para la cobertura de costos; en consecuencia, deben ser planificados en función de su óptima productividad.

PRE (Antes)

1. **Coordina con** proveedores la entrega de productos o instalación de servicios.
2. **Planifica la** metodología para la atención del público, los cortes de cuenta, el cierre de caja, etc.
3. **Coordina con** producción ejecutiva la instalación del punto de venta si lo hubiera. Hay que hacer el esfuerzo por tenerlo, muchas veces no se logra el resultado deseado porque no se dispone del punto, que facilita las ventas.
4. **Planifica la** inversión a realizar y las ganancias que puedan ingresar por las ventas hechas.

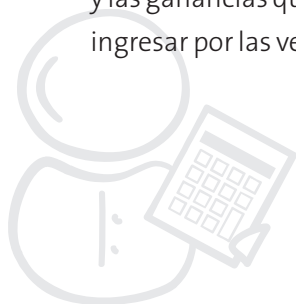
5. **Debe comunicarse** con la producción ejecutiva y la producción general para coordinar requerimientos técnicos, ubicación, horarios de apertura y cierre.
6. **Coordina con** producción ejecutiva la instalación del punto de venta si lo hubiera. Hay que hacer el esfuerzo por tenerlo, muchas veces no se logra el resultado deseado porque no se dispone del punto, que facilita las ventas.

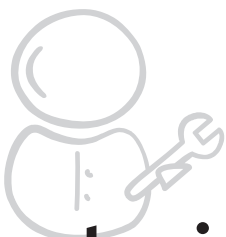
FESTIVAL (Durante)

1. **Garantiza el** cumplimiento de horarios de apertura y cierre de los espacios.
2. **Vela porque** siempre haya disponibilidad productos.
3. **Cumple metodología** para el control de ingresos.

POST (Después)

1. **Realiza balance** de caja que especifique: productos vendidos, posibles devoluciones o pérdidas y los ingresos netos.
2. **Compara la** meta establecida con las ganancias obtenidas.
3. **Entrega cuentas** al área de administración, asociada a la producción ejecutiva.





Mantenimiento y prevención

Para todo festival es necesario conformar un equipo de Mantenimiento y Limpieza que acondicione el espacio antes, durante y después del evento. Igualmente importante es el equipo de Prevención y Control que se encarga de mantener el ambiente de calma y tranquilidad ofrecido al público durante el festival.

PRE (Antes)

1. Debe reunirse con la Producción General para realizar un plan de trabajo para establecer sus dinámicas durante el evento, así como informar a los cuerpos de seguridad de la actividad. Tomar en cuenta que lxs participantes y organizadorxs del festival son corresponsables de mantener un clima de seguridad y disfrute.

2. Realiza jornada de reconocimiento del espacio con el objetivo de trazar estrategias de seguridad acordes al entorno.

3. Solicita información sobre la cantidad y tipo de público esperado y sobre el cartel del evento, esto con el fin de

planificar desde modos de prevención hasta cantidad de personal que se requerirá.

4. Se reúne con producción general para tener información sobre los tipos de acceso para el personal a las distintas áreas. Generalmente se establecen brazaletes cuyos colores definen libertades o restricciones de acceso.

FESTIVAL (Durante)

1. Ejecuta la estrategia de prevención diseñada.

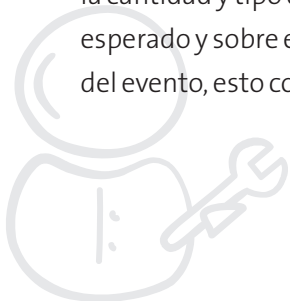
2. En caso de ser necesario, ejecuta el plan de control en coordinación con la dirección general.

POST (Después)

1. Verifica que las tareas de esta etapa se cumplan, para ello se debe pensar en relevos que acompañen desde el desmontaje y cierre con proveedores, hasta la redacción de la nota de prensa final.●

2. Prepara, junto a la producción ejecutiva; informe de rendición de los recursos invertidos, las ganancias, las pérdidas; generando un balance técnico-administrativo del evento.●

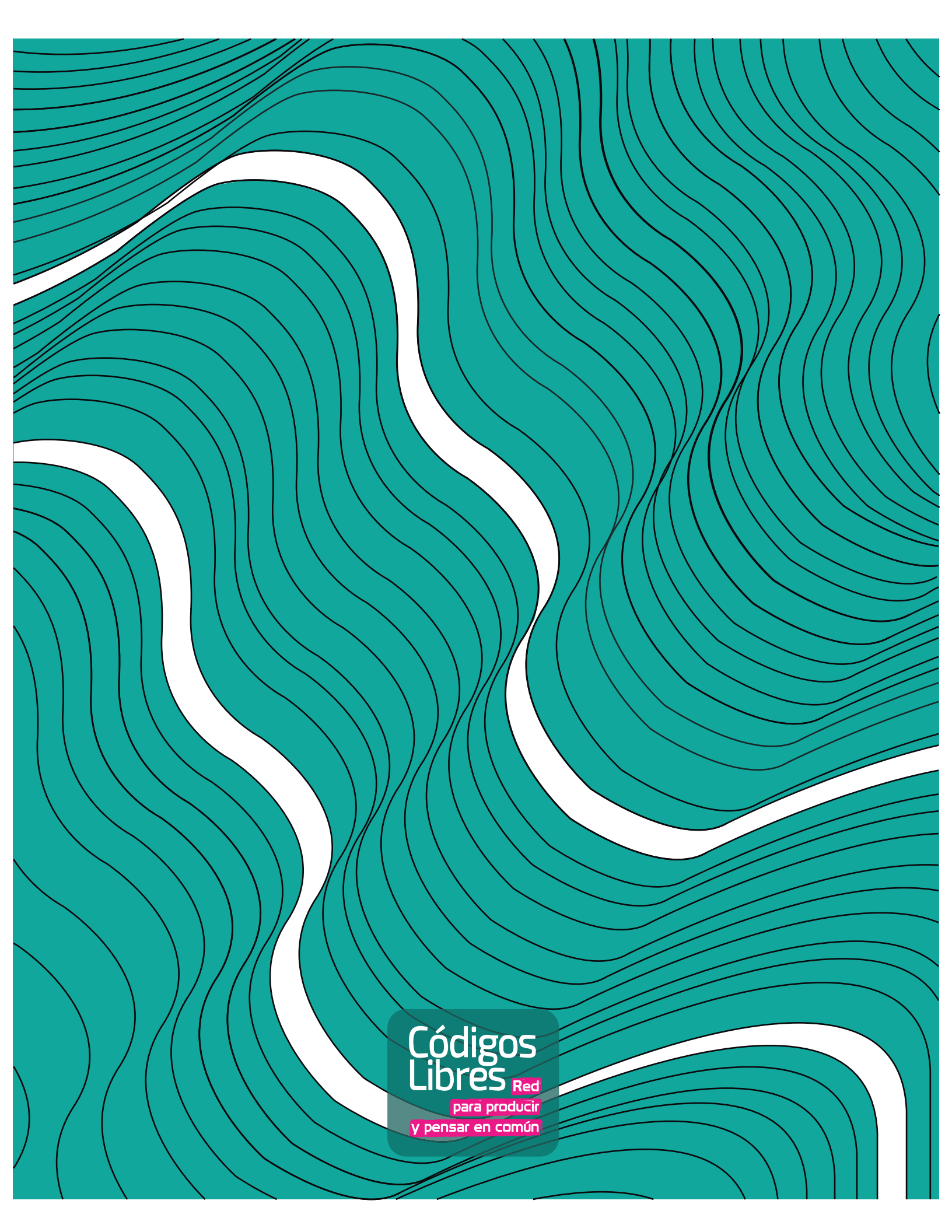
3. Convoca reunión general de los equipos para hacer balance del desempeño de cada área.



#InventaEn Colectivo

Un festival es un portal de comunicación y vínculos, una ocasión, un acontecimiento, una puesta en escena donde todxs participan y su participación expresa, relata o posiciona maneras de pensar, mensajes y sentidos que pueden contribuir a reproducir o transformar gustos, maneras de ser y hacer, formas de habitar el mundo.

La intención de elaborar un material para socializar información sobre cómo producir festivales, si bien tiene que ver con el ánimo de compartir claves basadas en la experiencia y practicar la colaboración y el código abierto, se vincula más con la necesidad de que se multipliquen las personas y grupos que hacen festivales de manera autogestionada, creando circuitos propios y en red de producción cultural. Tiene que ver más con la necesidad de reconocer en este campo productivo una potencia fundamental para crear sentidos en torno a una vida donde desear, disfrutar, entretenerse y producir no se reduzcan a las fórmulas de los negocios y el dinero, a la explotación y subestimación del valor del trabajo, a la manipulación para dominar y generar dependencia y consumo desmovilizador. Detrás de cada festival autogestionado que emerge de experiencias culturales colectivas hay una ruptura con la dependencia y la lógica del capital que sólo contrata, extrae y utiliza, hay un mensaje, unas luchas, una necesidad de hacer un mundo menos egoísta y desigual, hay premura y propuesta para que cada vez sean más quienes puedan producir, compartir y disfrutar de lo que amamos hacer, hay una apuesta por hacernos comunes, por comunalizar la vida.



Códigos
Libres **Red**
para producir
y pensar en común