

PLANIFICAR, CELEBRAR Y EVALUAR

EVENTOS INSPIRADORES SOBRE EL DIÁLOGO SOCIAL



CENTRO EUROPEO PARA LOS
ASUNTOS DE LOS TRABAJADORES





Con el apoyo de la Unión Europea

Este texto refleja únicamente la opinión de la autora.
La Comisión Europea no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en el.

Aviso legal

Editor: Centro Europeo para los Asuntos de los Trabajadores,
Königswinter, www.eza.org

Autora: Ilona Arcaro

Traducción del alemán: María Estalayo Vega

Maquetación: HellaDesign, Emmendingen, www.helladesign.de

Ilustración de la portada: © Klaus Puth, Mühlheim/Main,
www.klausputh.de

Impresión: Druckerei Eberwein, Wachtberg-Villip

CONTENIDO

Introducción	6
1 Los principios de una enseñanza adecuada para adultos	8
2 Los formatos de las formaciones	13
3 La planificación de eventos	16
3.1 El anuncio del evento	21
3.2 La dimensión europea de los eventos	21
3.3 Los riesgos de los eventos	23
4 La celebración de eventos	24
4.1 La moderación de los eventos	27
4.1.1 La técnica de formulación de preguntas en la moderación	31
4.1.2 Los métodos de moderación	36
4.2 Los métodos para eventos interactivos	45
4.2.1 Los métodos para el conocimiento mutuo	50
4.2.2 Los métodos de trabajo	53
4.2.3 Los métodos de evaluación	74
4.3 El BarCamp como formato de “desconferencia”	79
5 La clausura, la evaluación y el seguimiento de los eventos	84
Fuentes bibliográficas	86

Estimados/as lectores/as:

La labor de formación a nivel europeo es algo especial. Sobre todo, cuando se trata de ámbitos temáticos configurados por el diálogo social. Para el desarrollo y la transmisión de conocimientos, el intercambio de experiencias, así como el trabajo en red a nivel europeo de los participantes, se necesitan metodologías óptimas para la consecución de dichos objetivos.

Además, la formación a nivel europeo requiere un trabajo con diferentes idiomas, prestar atención a los distintos contextos culturales, así como abordar diferentes perspectivas ante los temas y la materia.

Todo ello hace que las personas encargadas de planificar, impartir y extraer conclusiones de las actividades de formación deban reflexionar detenidamente sobre cuál es la mejor forma de configurar los eventos, así como sobre cuáles son las diferentes metodologías que conviene aplicar en función de la fase de aprendizaje.

Cuando se consigue lo anterior, se ofrece un trabajo de formación sobre el diálogo social de alta calidad.

Con este objetivo, en los últimos años, EZA ha desarrollado un ciclo de formación en el que se transmiten los fundamentos de la formación de adultos, además de presentar metodologías de forma teórica y práctica, que resultan especialmente adecuadas para su uso en actividades de formación a nivel europeo en varios idiomas.

La presente publicación “Planificar, celebrar y evaluar eventos inspiradores sobre el diálogo social” es el resultado de ese ciclo.

Presentamos aquí diferentes metodologías a través de una introducción breve y práctica, organizándolas también en función de las fases del evento y aportando instrucciones sobre su aplicación concreta.

La publicación tiene la vocación de asesorar a los/as organizadores/as de formaciones europeas y brindarles apoyo en su labor. El contenido invita a abandonar los caminos trillados en el ámbito de la formación y a aventurarse por nuevas sendas.

Quisiera dar las gracias a la autora de esta publicación, Ilona Arcaro, que ofreció un impulso importante a los cursos, así como a la Nell-Breuning-Haus, centro encargado de desarrollar e impartir las formaciones junto con EZA.

Espero que su lectura inspire nuevas ideas, así como nuevas sendas para el trabajo de formación a nivel europeo.

Sigrid Schraml
Secretaria general de EZA

INTRODUCCIÓN

Las formaciones sobre el diálogo social europeo tienen como objetivo fomentar el intercambio sobre cuestiones y asuntos relevantes para la labor de formación a nivel europeo, así como favorecer el encuentro y el entendimiento intercultural entre los participantes.

Por tanto, estas actividades constituyen un importante foro de aprendizaje tanto formal como informal. Como lugar de encuentro y de interacción social, pueden fomentar en igual medida tanto procesos de aprendizaje y como de adquisición de experiencias en los participantes. Muchos de ellos acuden a las formaciones para aprender nuevos enfoques y perspectivas, para conocer a personas con experiencia y/o interés afines, para aprender los unos de los otros, para actuar como catalizadores, para presentar sus propias posiciones en los debates, para probar nuevas ideas con otras personas o para compartir sus experiencias. Las motivaciones de los participantes pueden ser, por tanto, muy variadas. Lo más importante es ofrecer un espacio, en el evento, en el que se vean satisfechas estas necesidades, favoreciendo unos entornos de aprendizaje adecuados.

El presente documento proporciona una ayuda práctica para aumentar la eficacia de procesos de aprendizaje, tanto organizados como informales, en el marco del diálogo social. Para ello, se aportan consejos para una organización estimulante y adecuada, antes, durante y después del evento.

Con el fin de ofrecer unas condiciones óptimas para los procesos de formación y aprendizaje, debemos tener en cuenta las diferentes dimensiones de la planificación de un evento. Hablaremos de la identificación de temas innovadores o de actualidad, la captación de participantes, la logística (ante todo la planificación de los viajes, el alojamiento y la comunicación mutua), las particularidades interculturales

de los grupos destinatarios a las que prestar atención, así como la configuración de eventos con formatos atractivos, la impartición de la formación o su seguimiento. En el contexto europeo, los idiomas y la comunicación desempeñan también un papel fundamental.

Los esfuerzos de planificación buscan el éxito de la formación, así como la adquisición de conocimientos por parte de los participantes. Por esta razón, se presentarán los diferentes pasos para la planificación, enmarcados en el contexto de los objetivos de aprendizaje fijados previamente. En la configuración misma del evento, se establecen vínculos entre la fijación de los objetivos, la planificación del contenido y la metodología.

Tras una presentación general de los principios de la enseñanza para adultos, se comentarán diferentes aspectos relacionados con el diseño de formaciones, además de distintos formatos de eventos. En la fase de preparación, se recalca que el concepto didáctico debe tener debidamente en cuenta los objetivos, el contenido, así como el grupo destinatario y sus necesidades, para que las conclusiones al respecto se incorporen al diseño del evento. Durante la formación, se debe ofrecer con regularidad a los participantes la posibilidad de aportar sus conocimientos, sus opiniones y sus intereses. Para lograrlo se aportarán consejos prácticos y didácticos, así como elementos para la reflexión.

1 LOS PRINCIPIOS DE UNA ENSEÑANZA ADECUADA PARA ADULTOS

A diferencia de los niños, los adultos no aprenden desde cero. Todo lo que nuevo que aprenden implica establecer relaciones con conocimientos ya disponibles, apropiarse de nuevas competencias o desaprender algo que ha quedado obsoleto. Para aprender, los adultos parten de sus propias experiencias, motivados por sus propios intereses y organizan las novedades en categorías cognitivas y subjetivas existentes. En la planificación y en la impartición de formaciones se debe, por tanto, prestar atención a que los participantes vean reflejadas sus condiciones de vida, adquieran numerosas experiencias y accedan a diferentes conocimientos y competencias. Para garantizar un aprendizaje eficaz, que se mantenga también en el tiempo, se deben tener en cuenta una serie de principios que resultan fundamentales.

1. La orientación a la realidad

Para entusiasmar a los adultos con nueva materia y para favorecer la adquisición de nuevas informaciones, se debe tener debidamente en cuenta el contexto en el que viven. Por ejemplo, si los participantes viven en un país con una economía fuerte o débil, así como el contexto político o cultural en el que están viviendo o en el que han vivido. Además, se debe prestar atención a las condiciones, las capacidades y las barreras al aprendizaje, así como a las expectativas de las personas. Todos estos factores condicionan la forma en la que los adultos aprenden y entienden, así como las particularidades que se deben tener en cuenta (véase Barz/Tippelt (2010), p.117ss)

2. La orientación a los participantes

La orientación a los participantes (como la orientación al cliente) busca tener seriamente en cuenta al participante, así como sus necesidades en el proceso de enseñanza/aprendizaje. En las formaciones, conviene presentar diferentes propuestas para que participen los asistentes en la elección del tema y en las decisiones didácticas.

3. El aprendizaje a través de conexiones

Los adultos no aprenden al mismo ritmo y tampoco aprenden lo mismo. Por sus diferentes experiencias previas de aprendizaje y contextos en los que viven, los adultos extraen diferentes contenidos y conocimientos. Por lo tanto, el aprendizaje en una formación constituye, principalmente, un proceso que ellos mismos controlan. Cada persona aprende lo que pueda “procesar” y lo que le parece importante y lleno de sentido. En el proceso de aprendizaje, resulta fundamental establecer conexiones con experiencias, conocimientos y competencias de los participantes.

4. El aprendizaje a través de la experiencia

Las experiencias que han adquirido cada uno de los participantes, a nivel laboral o en su vida privada, también desempeñan un papel esencial en el aprendizaje de los adultos. El tema del evento y el contenido abordado deben tener relevancia para la vida cotidiana de los participantes y ofrecer posibles soluciones, estrategias o conocimientos que puedan poner en práctica a nivel individual. No se considera a los participantes como consumidores, sino como agentes activos en su propio proceso de aprendizaje. Se alcanza la máxima eficacia en el aprendizaje cuando los participantes se vuelven agentes activos de su adquisición de conocimientos, aportan sus experiencias o pue-

den establecer conexiones con las mismas. Cuando se logran establecer nexos entre las nuevas informaciones y las propias experiencias, tiene lugar un proceso de aprendizaje eficaz.

La tesis de que los adultos son capaces de aprender, pero que no se les puede separar de su historia previa de aprendizaje, constituye el pensamiento central del cambio en nuestra cultura de enseñanza y aprendizaje (véase Siebert 2006a, p. 27). Por esta razón, se va modificando cada vez más la perspectiva, pasando de una transmisión de conocimientos basada en la presentación de información (en adelante “didáctica de transmisión”) a una didáctica que permite una apropiación del conocimiento y de las competencias (en adelante “didáctica facilitadora”) (véase *ibid* p. 86). En la planificación y en la impartición de una formación “se debe prestar atención a la autorresponsabilidad y a la facilitación del aprendizaje, así como fomentar un papel activo en el proceso de aprendizaje y enseñanza” (Siebert (2006b)).

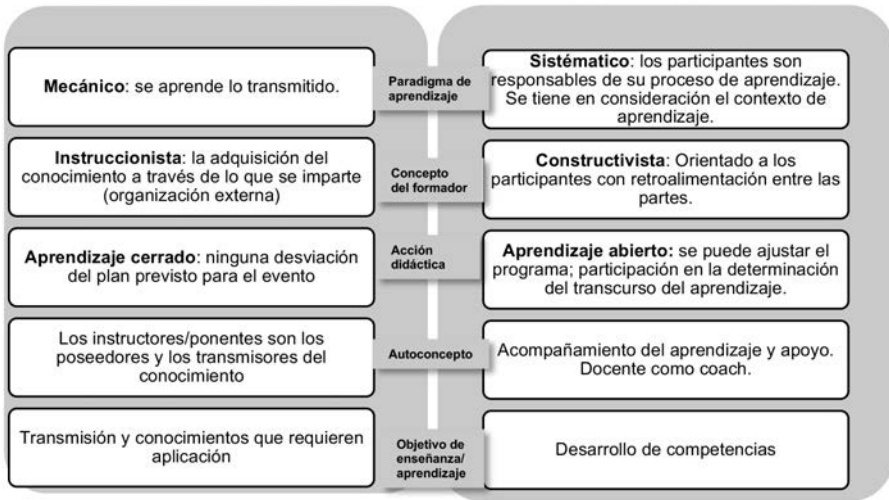
La didáctica de transmisión parte del principio que, a través de la fijación de objetivos de aprendizaje detallados, los participantes aprenden al mismo ritmo lo efectivamente transmitido de forma lineal. Sin embargo, en la didáctica facilitadora¹ se coloca en el centro la orientación hacia el sujeto y su organización personal del aprendizaje. Se considera que el aprendizaje del adulto será eficaz y sostenible, si no se le somete a una “instrucción” basada en un concepto de planificación estricta. El aprendizaje debe entenderse más bien como un proceso activo de apropiación con posibilidades de participar. El contenido debe fijarse, en la medida de lo posible, de forma negociada (por ejemplo, a través de una metodología activa), así como mediante un

1 La didáctica facilitadora es un modelo bien conocido en el mundo de habla alemana. En el ámbito internacional se habla de “heutagogía”, comparable al concepto de “aprendizaje autodeterminado”. Todos los enfoques coinciden en señalar que el adulto es experto de su propio proceso de aprendizaje.

intercambio con otros participantes. A través de una perspectiva basada en la didáctica facilitadora, los participantes asumen un papel activo: pueden configurar ellos mismos el proceso de aprendizaje, mediante el descubrimiento, la autoorganización y la autoorientación (Arnold / Schüssler 2003, p. 2). En este contexto, no resultan superfluos la planificación y el diseño de la formación, sino que tienen la tarea de fomentar el autoaprendizaje, el pensamiento lateral y la resolución de problemas. No se trata de instrucción, sino del estímulo y el acompañamiento del aprendizaje. Lo anterior tiene como consecuencia un cambio en la actitud de los organizadores hacia la planificación de la metodología y el contenido, así como en la forma de impartir la formación. Ahora no deben solo prestar atención al contenido (el qué), como sucede en la transmisión de conocimientos tradicional y en eventos centrados en la presentación de ponencias, sino que deben centrarse mucho más en métodos que permitan a los participantes apropiarse del proceso de aprendizaje (el cómo) (véase Arnold/Gómez Tutor 2007, p. 101). Por esta razón se deben elegir y ofrecer contenidos y metodologías pensados para inspirar y fomentar actividades, así como para facilitar un aprendizaje basado en la propia exploración. En este proceso, se deben establecer conexiones con la realidad personal y/o la experiencia laboral, en la medida de lo posible. La tarea principal de los organizadores, así como de los moderadores durante la formación es apoyar y acompañar a los participantes en su proceso de apropiación. En esta fase, se trata, ante todo, de generar y facilitar entornos de aprendizaje estimulantes y que fomenten la cooperación. A continuación, presentaremos una panorámica general de los diferentes modelos didácticos:

Didáctica de transmisión

Didáctica facilitadora



Fuente:

Comparativa de los principios de la didáctica de transmisión y la didáctica facilitadora. (véase Schüssler/Kilian (2017))

El diseño de una formación basada en la didáctica facilitadora significa decir adiós al papel tradicional de transmisor de conocimiento. Al mismo tiempo, los participantes no podrán limitarse al papel de meros receptores, puesto que se les alienta a ser activos. Requiere, por tanto, un cambio de mentalidad tanto de organizadores, como de participantes, en relación con su actitud frente al aprendizaje. Deben asumir la responsabilidad del proceso, determinar los objetivos de aprendizaje y el proceso, así como apropiarse de forma activa del conocimiento y las competencias.

2 LOS FORMATOS DE LAS FORMACIONES

Existen diferentes formatos para las formaciones que se deben tener en cuenta en la planificación y definir en función del grupo destinatario. Las características en la que se diferencian son principalmente los tiempos, la dimensión, el contenido, el número de participantes y la estructuración. Esta clasificación se basa en las descripciones que se suelen emplear en el mundo germanófono. Puede, por lo tanto, variar en un contexto internacional.

- **Evento:** término general que engloba cualquier tipo de actividad que reúne a personas de forma organizada y con un objetivo concreto.
- **Jornada:** en alemán, la palabra deriva de “día” (Tag) y hace alusión a un tipo de evento concentrado en un tema y en un número de participantes concreto.
- **Conferencia:** del latín conferre, que quiere decir “hacer algo juntos”; similar a una jornada, aunque, por lo general, de mayor envergadura y relacionada con un contexto más amplio de debate / toma de decisiones, como por ejemplo la Conferencia Internacional sobre el Cambio Climático.
- **Simposio:** formato principalmente presente en el ámbito cultural y académico en el que el debate se centra en un tema concreto o en un asunto de actualidad que se aborda desde diferentes perspectivas.
- **Reunión o encuentro de trabajo:** se trata de un encuentro de personas concretas o una reunión de carácter informal, a menudo con cierta connotación política. Por ejemplo: reuniones de trabajo de grupos para un proyecto.
- **Taller:** se trata, ante todo, de un seminario de trabajo con una organización y unas metas concretas, para unos 20 a 30 partici-

pantes como máximo. A menudo con taller se destina a la búsqueda de una solución a un problema concreto, al desarrollo de nuevas ideas o la formulación e integración de conocimientos disponibles.

- **Foro:** va enfocado a la presentación abierta y pública de argumentos y reúne a diferentes personas y representantes de posiciones e intereses diversos. En general un foro es un evento de gran envergadura.
- **Congreso:** se trata de la jornada de mayor envergadura posible y el término proviene del latín „congregare“, literalmente „reunir“. Se considera la acumulación de varias jornadas pequeñas en el mismo día y en el mismo lugar.
- **Asambleas:** se trata de reuniones de miembros de empresas, partidos u otro tipo de asociaciones. En el centro del debate se encuentran los asuntos y las cuestiones actuales que se deben abordar, el resumen del ejercicio anterior y la planificación de actividades del año siguiente.
- **BarCamps:** se considera la anticonferencia. Se trata de una jornada con talleres abiertos, cuyo contenido y transcurso lo desarrollan los participantes al inicio y que permiten aprovechar la pericia de los presentes. BarCamps sirven para el intercambio de conocimientos y el debate sobre temas y cuestiones de actualidad. Se trata de compartir conocimientos de forma cercana, desarrollar productos conjuntamente y abordar interrogantes. Todos los presentes son considerados como expertos.
- **Meetups:** reuniones de personas interesadas y organizaciones para debatir sobre temas y acciones de interés común. Se trata de un formato cercano que suele ofrecerse de forma pública a través de una plataforma en línea con una duración habitual de máximo 3 a 4 horas.

(véase Müller-Naevecke/Nuissl (2016), p. 11ss).

A continuación, hablaremos principalmente de “evento”, puesto que, como término, engloba prácticamente a todos los demás formatos.

3 LA PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Para tener éxito en la planificación de un evento, se debe diseñar la “escenografía” del contenido del evento, puesto que será lo que mantenga el interés de los participantes, logrando así el éxito del evento y una experiencia de aprendizaje positiva y duradera. Por esta razón, los eventos requieren una preparación a nivel organizativo profesional y completa. Para ello resulta útil responder a una serie de preguntas previas en las diferentes fases de preparación, con el fin de desarrollar un diseño estimulante, así como un programa atractivo y adecuado para el grupo destinatario. En el centro se sitúan las respuestas a las siguientes preguntas:

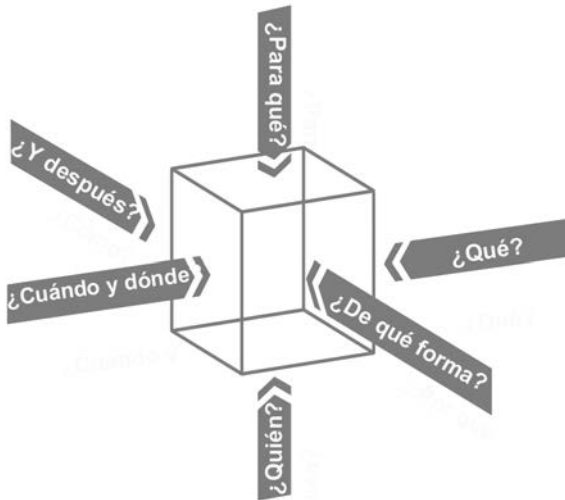


Diagrama 1:

Preguntas centrales para la planificación y el diseño de eventos

¿Para qué? → Fijar los objetivos de aprendizaje

- ¿Cuál es el motivo del evento?
- ¿Cuál es el aprendizaje central que se busca?
- ¿Qué hemos logrado al final del evento?
- ¿Qué han aprendido los participantes al final del evento?
- ¿El formato de evento elegido resulta adecuado para la consecución del objetivo?

¿Qué? → Fijar el tema

- ¿Qué tema abordamos?
- ¿El tema tiene relevancia a nivel europeo o se trata más bien de un asunto nacional?
- ¿El tema es específico de un sector o interdisciplinar? ¿El tema es simple o complejo?
- ¿Cuáles son los asuntos que nos preocupan actualmente en la red de EZA?
- ¿Cuáles son los conocimientos previos que podemos fijar como requisito? ¿A qué damos seguimiento?
- ¿En qué temas hacemos hincapié en el programa? ¿Cómo se debe estructurar el tema y en qué etapas de aprendizaje se debe dividir?
- ¿Cómo se puede reducir la amplitud del tema (reducción didáctica)?
- ¿Cómo se puede abordar el tema de forma atractiva y completa a través de ejemplos, ejercicios, expertos/as, casos paradigmáticos?

¿Quién → Definir el grupo destinatario

- ¿Qué sabemos sobre el grupo destinatario (experiencia previa, intereses, expectativas, particularidades de los países de procedencia, etc.)?
- ¿Qué les preocupa actualmente a los participantes? ¿Para qué preguntas y para que exigencias se buscan respuestas o posibilidades de intercambio?
- ¿Cómo se puede despertar curiosidad por el evento? ¿A quién nos dirigimos y en qué puntos esperan que haga hincapié el programa? ¿Cómo se puede alcanzar a los destinatarios (correo electrónico, mailing, mensaje en vídeo, invitación por teléfono, convocatoria a través de la red, en foros, etc.)?
- ¿Qué informaciones requiere el grupo objetivo para inscribirse?
- ¿Qué servicios esperan? ¿Qué necesidades se pueden dar en materia de accesibilidad?
- ¿Qué deseos puede haber en cuanto a las comidas?
- ¿Qué métodos de aprendizaje prefiere el grupo destinatario y a qué están acostumbrados?
- ¿Cabe esperar alguna dificultad de aprendizaje por las personas o debido al tema?
- ¿Cabe esperar un grupo más bien homogéneo o heterogéneo?
- ¿Cuál es el tamaño de grupo ideal? ¿Se debería tal vez limitar el número de participantes?
- ¿Qué provecho personal pueden extraer las personas después de haber participado en el evento?

¿De qué forma? → La elección de la metodología

- ¿Cómo se puede animar a los participantes a abordar el tema (informar, despertar la curiosidad, sacudir, establecer conexio-

nes con acontecimientos actuales, formular tesis para su debate, recabar preguntas)?

- ¿Cómo se pueden combinar diferentes enfoques metodológicos para facilitar la transmisión de conocimientos, el intercambio de experiencias, el trabajo en red, la generación de ideas y la consecución de resultados?
- ¿Cómo se puede introducir el tema: ponencia, cuestionamiento, vídeo, texto, etc.?
- ¿Cómo deben asimilar estas informaciones los participantes (escuchar/mirar, investigar, leer, trabajarlas a nivel individual, plantear preguntas)?
- ¿Qué métodos resultan adecuados para el desarrollo / la profundización? ¿Qué material sería necesario?
- ¿Qué requiere el grupo de participantes para poder trabajar (fase de conocimiento mutuo, calidad de los objetivos de aprendizaje, feedback sobre los resultados hasta el momento, gestión de conflictos)?
- ¿A qué se debe prestar atención en la moderación del evento?

¿Cuándo y quién? → Seleccionar el momento adecuado y elegir el lugar

- ¿Cuál es la época del año, el día de la semana y el momento del día (ventana temporal) adecuados para el evento? ¿Qué momentos resultan poco propicios?
- ¿Cuánto tiempo es necesario para el evento (duración del evento)?
- ¿Cuándo empieza y cuándo termina el evento?
- ¿Cuántos descansos y oportunidades de intercambio cabe prever?
- ¿Cuánto duran las diferentes sesiones de presentación y de trabajo?

- ¿En qué localidad y país tiene lugar el evento? ¿El público destinatario tiene acceso? ¿Hay aeropuertos cerca?
- ¿Cómo se comunican las posibilidades de cómo llegar?
- ¿Se cuenta con suficientes aulas alternativas que resulten adecuadas para el trabajo en pequeños grupos o para charlas informales?
- ¿Tiene sentido prever excursiones, prospecciones u otras actividades similares?

¿Qué pasa después? → Garantizar la transferencia de lo aprendido al trabajo/vida cotidiana

- ¿Cómo se puede dar seguimiento al evento y evaluar su éxito?
- ¿Cómo se mantienen los resultados (con la entrega de documentos, con medios como el rotafolio durante la fase presencial, con listas o, posteriormente, a través de fotografías)?
- ¿Cómo se fijan los siguientes pasos, también de aprendizaje (poniéndose de acuerdo entre los participantes o fijados por los organizadores)?
- ¿Cómo se acompaña la transferencia de conocimientos (a través de los organizadores, moderadores, entre pares, a través de colegas externos)?

(véase Szczyrba/Wunderlich (2015), p.3)

Al responder a estas preguntas se concibe el diseño de un evento. En los próximos pasos, se debe transmitir en el anuncio del evento y llevar a la práctica en su ejecución.

3.1 EL ANUNCIO DEL EVENTO

El anuncio debe cumplir una serie de funciones: informar, despertar el interés, vender, mostrar el objetivo y el contenido del evento a las personas a las que está dirigido, así como suscitar unas primeras ideas.

Por esta razón, debe prepararse bien y publicarse en el momento adecuado a través de canales concretos, por ejemplo, a través de folletos, invitaciones personales, anuncios en boletines de los miembros, en medios locales, revistas generales y especializadas, redes sociales, listas de distribución, boletín, el sitio web de la jornada, etc.

Es importante asegurarse de que va dirigido a las personas adecuadas. “El anuncio no solo incide sobre el interés del público destinatario (y su decisión de participar), sino también sobre las expectativas sobre el evento. Ambos resultan requisitos importantes para que los participantes desempeñen un papel activo en el proceso didáctico de la jornada” (Müller-Naevecke/Nuissl (2016), p. 36). También el momento del anuncio resulta decisivo para alcanzar al grupo destinatario a tiempo y para que puedan bloquear la fecha en su agenda.

3.2 LA DIMENSIÓN EUROPEA DE LOS EVENTOS

Los eventos de EZA se ven marcados por su orientación europea, que hace que se conviertan en un foro de intercambio animado sobre los retos sociales en Europa. Por lo tanto, resulta fundamental reflexionar y tener debidamente en cuenta las diferentes culturas de los posibles participantes en la planificación y, posteriormente, en la celebración del evento. Los objetivos de aprendizaje fijados y los temas seleccionados no solo deben resultar relevantes a nivel nacional, sino que se tiene que verificar que formen parte del debate europeo y adaptarlos en consecuencia. También se deben conocer las particula-

ridades y las necesidades interculturales, planificar en consecuencia y comunicar sobre este tema a todos los participantes.

A lo largo del evento, se debe prestar atención a la integración de los participantes europeos en todo el proceso de determinación del contenido, así como la interacción social para que se sientan realmente involucrados. Para seguir bien los debates, se deben definir conceptos o aportar explicaciones sobre los contextos nacionales, cada uno de ellos con conocimientos previos que pueden remitir a acontecimientos sociales, políticos o históricos concretos y capaces de generar malentendidos a nivel europeo.

En los eventos, la traducción desempeña un papel fundamental a la hora de facilitar la comprensión y el entendimiento entre los participantes. Por esta razón, se recomienda proporcionar la información necesaria para que las personas encargadas de la interpretación simultánea se familiaricen con los conceptos y los conocimientos relacionados con el contexto y el tema que se vayan a debatir para garantizar una traducción que evite los malentendidos (véase Müller-Naevecke/Nuissl (2016), p. 88). En las conservaciones previas, conviene además acordar con los intérpretes las posibilidades de traducción para los diferentes formatos de trabajo que se deseen utilizar. Las siguientes variantes son posibles:

→ en plenarias:

Proporcionar una traducción en la medida de lo posible en simultánea, si no se pierde un tiempo muy valioso. Para una interpretación consecutiva se requiere el doble de tiempo.

→ en momentos de trabajo en grupo:

La interpretación simultánea en los grupos de trabajo puede suponer un importante aumento del coste, puesto que en cada grupo de trabajo se requerirán intérpretes para los diferentes idiomas. A la hora de configurar los grupos, se recomienda que sean monolingües (o grupos en los que las personas se pueden entender entre sí aunque hablen distintos idiomas).

→ en los descansos o momentos sociales:

Resulta complejo organizar en estos casos una traducción sistemática. Los organizadores deben animar a los participantes que sean políglotas a ayudar traduciendo para otros participantes durante estos momentos. También existen algunos recursos en internet que pueden ayudar a entenderse y a superar barreras lingüísticas, aunque no siempre están exentos de errores.

→ para cuestiones logísticas:

En la oficina del evento se debe contar con competencias lingüísticas o, al menos, instrucciones traducidas a todos los idiomas por adelantado para responder a las preguntas más frecuentes, como el reparto de las salas, el programa, el reembolso de gastos de viaje, etc. en todos los idiomas (véase *ibid*, p. 90).

3.3 LOS RIESGOS DE LOS EVENTOS

Conviene identificar pronto los riesgos en la planificación del evento. Cuanto antes aparezcan en la planificación, antes se pueden prever alternativas. Se recomienda la enumeración de los riesgos a través de un análisis de todas las posibilidades, con el fin de valorar la probabilidad de que suceda y sus consecuencias. A partir de ese análisis se desarrollan medias para un plan B. Los riesgos típicos de los eventos pueden ser: huelga de aerolíneas, cancelación de ponentes, problemas de falta de tiempo durante el evento, no entrega del catering, problemas técnicos, ausencia de algún intérprete o traducción incomprendible, etc. Un análisis temprano de los riesgos ayuda a hacer frente a los retos de forma concreta y soberana.

4 LA CELEBRACIÓN DE EVENTOS

La celebración de un evento suele estar compuesta normalmente por tres fases: la introducción, la fase de trabajo y la conclusión. Las tres fases deben considerarse como elementos individuales dentro de un continuo. Al principio se debe despertar la curiosidad y generar expectativas en los participantes; en la fase de trabajo se debe fomentar el intercambio y la labor productiva y, al final, se deben establecer vínculos entre diferentes elementos del contenido y los resultados.

Una tarea importante en **la introducción** de un evento es generar un entorno de aprendizaje que fomente la cooperación, la apertura y la eliminación de miedos. En la fase inicial se sientan las bases para un buen ambiente de trabajo, ofreciendo la posibilidad de familiarizarse con el tema y con la metodología de trabajo, además de conocer a los demás participantes. La tensión entre la curiosidad y el interés, por una parte, así como la moderación y la cautela, por otra parte, es lo que determina la incertidumbre característica de la primera fase (véase Knoll (2007), p. 113). También ofrece la oportunidad de generar entusiasmo y motivar a los participantes en la asimilación de nuevos conceptos. Una ronda de presentaciones que active a los participantes y genere confianza en el seno del grupo puede funcionar para „romper el hielo“ y para relajar el ambiente.

Los estímulos metodológicos y didácticos elegidos para la **fase de trabajo** deben presentarse como propuestas, con el fin promover la apropiación personal de un tema, así como dejar un espacio para su desarrollo a la hora de aplicarlos. En la moderación, se debe instaurar un proceso para involucrar al grupo y para que se pueda decidir cambiar la metodología, ahondar en su ejecución, completar con otros métodos o abandonar completamente. Algunos de los factores que pueden

apuntar a la necesidad de cambios durante el transcurso del evento son el ritmo de aprendizaje, la dinámica de grupo o las necesidades de los participantes. En ciertos casos se debe sopesar si seguir adelante con la forma de proceder prevista o si no es mejor optar por centrarse en otros contenidos o métodos. Se interviene ofreciendo una orientación, comentarios o aclaraciones cuando los participantes requieran apoyo. En esta fase, se trata ante todo de transmitir conocimientos a través de breves estímulos, favoreciendo el intercambio de experiencias y el trabajo conjunto, fomentando el estímulo de ideas y garantizando la consecución de resultados.

El resumen de los aprendizajes desarrollados, así como los comentarios sobre el proceso sirven para organizar y establecer un marco de lo abordado con el fin de proceder a la **conclusión**. Se puede añadir una fase de evaluación para comparar los objetivos de aprendizaje acordados inicialmente con los resultados alcanzados. El contenido de dicha evaluación puede incluir también el lugar del evento, el enfoque didáctico de la jornada, el tamaño del grupo, los temas abordados, los métodos elegidos o la valoración individual sobre los conocimientos adquiridos. Además, se recomienda presentar otras posibles cuestiones y temas que se podrían abordar en el futuro, reforzar la red creada por los participantes y desarrollar formas de transmitir el contenido de lo aprendido en el contexto de aplicación de los participantes. Presentamos a continuación los puntos principales en la siguiente tabla:

<p>Introducción</p> <ul style="list-style-type: none"> * Despertar las ganas de aprender * Facilitar el conocimiento mutuo de los participantes * Activar los conocimientos previos * Acordar el contenido y los objetivos * Aportar comentarios 	<p>Fase de trabajo</p> <ul style="list-style-type: none"> * Establecer vínculos entre los conocimientos previos y el contenido nuevo * Iniciar la aplicación práctica * Trabajar ejemplos concretos * Ofrecer ayuda 	<p>Conclusión</p> <ul style="list-style-type: none"> * Recabar los resultados * Ofrecer comentarios * Analizar el proceso de aprendizaje * Verificar el aprendizaje * Alentar el seguimiento * Despedirse y agradecer al personal
--	--	--

Cuanta mayor variedad se prevea y se permita, más posibilidades tendrán los participantes de contribuir a la configuración eficaz de su proceso individual de aprendizaje. En los eventos también se desarrollan o ponen en práctica competencias a través de la presentación de ponencias y de debates focalizados con los compañeros. Pueden surgir cooperaciones en redes, ideas de proyectos o publicaciones, así como vínculos sociales o especializados (véase Müller-Naevecke/Nuissl (2016), p. 51). Todos estos efectos (secundarios) de un evento no se pueden planificar por adelantado, pero se pueden fomentar. Se producen cuando se crea el espacio propicio y cuando se permiten.

En este sentido, los descansos son un recurso útil y deben preverse en cantidad suficiente. No se trata solo de “tiempo libre”, puesto que también sirven para trabajar el contenido abordado y, en la mayoría de los casos, se aprovechan para hablar, establecer contactos, concertar reuniones, reflexionar sobre el evento, debatir, etc.

4.1 LA MODERACIÓN DE LOS EVENTOS

Una de las tareas esenciales de un evento es “asegurarse de que se escuchen los conocimientos, las opiniones y los intereses de los participantes, dotarlos plenamente de sentido en el contexto y estructurarlos con unos objetivos en mente. Los retos didácticos que se plantean es involucrar y motivar a los participantes, organizar el contenido y las posiciones, afianzar los resultados intermedios y reaccionar frente a posibles preguntas y problemas” (Müller-Naevecke/Nuisssl (2016), p. 22). Todo esto son tareas que recae sobre la moderación del evento. Es responsable de:

- fijar el hilo conductor de un evento,
- acompañar de forma metódica su configuración,
- acordar con el grupo los objetivos, así como el transcurso,
- establecer vínculos entre los diferentes contenidos,
- gestionar el tiempo,
- presentar e introducir a los/as ponentes,
- anunciar los próximos pasos,
- dirigir y orientar los debates y las mesas redondas,
- preparar preguntas y plantearlas de acuerdo con los objetivos,
- tener una visión clara de los resultados (intermedios), para que se vean los aprendizajes y los logros intermedios,
- garantizar la transparencia del transcurso,
- activar al grupo,
- aportar aclaraciones en caso de conflictos,
- ofrecer oportunidades para el intercambio y la reflexión de los participantes, con el fin de presentar el contenido de tal forma que se fundamente en la experiencia y se puedan establecer conexiones, así como
- asegurarse de que haya suficientes descansos (véase Gräßner/Przybylska (2007)).

La moderación se ve caracterizada por la imparcialidad en relación con el contenido y la neutralidad en cuanto a las personas. Es responsable del proceso, es decir del transcurso, de la consecución de los objetivos y de las conexiones entre los contenidos, así como de los procedimientos y los métodos de moderación empleados. Su misión es iniciar la comunicación y mantenerla animada, involucrar a los participantes, acompañar los procesos de toma de decisiones y de resolución de problemas, así como garantizar los resultados.

Las tareas de moderación pueden asignarse a una sola persona para todo el evento, pero también se pueden dividir entre varias. La moderación general tiene la tarea de inaugurar el evento, encauzarlo y garantizar unos resultados finales. Las moderaciones parciales son responsables de presentar puntos concretos del programa, talleres o grupos de trabajo.

Reglas **importantes** para moderadores/as:

- Optar más por preguntas abiertas que por preguntas cerradas.
- Emplear conceptos cotidianos y garantizar la comprensión para un público europeo (evitar la terminología especializada o palabras y formulaciones con connotaciones éticas).
- Hacer gala de “escucha activa”: resumir brevemente lo que se ha entendido y centrarse en la búsqueda de soluciones.
- Insistir y retomar temas poco precisos o formulados de forma poco clara.
- Respetar las diferencias de los presentes y aprovecharlas de forma activa (diversidad de perspectivas).
- Entender los diferentes comportamientos como expresión del contexto cultural de cada uno.
- No corregir ni valorar las contribuciones, permanecer neutro, pese a la propia opinión. No proceder a una evaluación comparativa de las contribuciones.

- Dar suficiente tiempo a los participantes para desarrollar su reflexión.
- Dejar claro que todas las opiniones son válidas y fomentar un ambiente tolerante.
- Si se identifica el riesgo de que el ambiente se vea deteriorado por ciertos líderes de opinión, dirigirse a otros participantes antes de que se tuerza la situación.
- Cortar debates con opiniones cerradas de forma diplomática.
- Evitar ataques despectivos y destacar la gran importancia de salvaguardar la diversidad de opiniones.
- Ofrecer a todos los presentes la oportunidad de expresar su posición.

Requisitos de los/as moderadores/as:

- Tener presente el transcurso del evento y las necesidades de los participantes, percibir el ambiente.
- Actuar teniendo en cuenta el proceso y asumir la responsabilidad de todo el transcurso.
- Fomentar un ambiente positivo, creativo y de aceptación entre los participantes.
- Mantener una posición neutra. No juzgar. Abordar todos los temas sensibles con cautela.
- Mantener una actitud de cuestionamiento.

En el contexto europeo, se pueden producir malentendidos debido a las diferencias culturales en el comportamiento. Algunos ejemplos:

- Una forma diferente de entender o de abordar un tema, la presencia durante el evento, por ejemplo, el comportamiento frente a las pausas (cumplir las normas o saltárselas), salidas durante el evento, llegar tarde o demasiado pronto (por ejemplo, a los talleres),

- una relación abierta o reservada con otras personas,
 - un comportamiento intrusivo o reservado (contacto físico),
 - hablar muy bajo o fuerte,
 - interrumpir o callar,
 - diferentes formas de abordar los comentarios, etc.
- (véase Piegat-Kaczmarczyk, 2007, p. 89)

La profesionalidad de la moderación se manifiesta a través de un comportamiento en el que se sabe “autorizar” y “soltar” (véase Arnold/Gómez Tutor 2007, p. 92). En el proceso mismo, al moderar un evento se orienta, ayuda, dirige, aclara o comenta cuando los participantes mismos no consiguen avanzar o requieren apoyo. A veces es necesario no intervenir cuando el grupo muestre ser capaz de trabajar y de no querer verse molestado. En ese caso, moderar significa permanecer en un segundo plano lo máximo posible y limitarse a observar. Hunt (1976) habla en este contexto de la competencia pedagógica de “*reading and flexing*”. En la fase de *reading* (interpretar) se debe observar la situación del grupo y del evento, analizar si hay excesos o deficiencias, centrarse en el lenguaje no verbal e identificar las dificultades de aprendizaje. En la fase de *flexing* (flexionar) se trata de actuar de forma adecuada frente a la situación, cambiar el concepto o la forma de proceder, proponer espontáneamente otros métodos, abordar el ambiente en cuanto haya indicios de excesos o deficiencias o se identifiquen malentendidos, malestar o confusión que puedan dificultar o hacer imposible el aprendizaje. El concepto se adapta en función de los participantes. Las técnicas y los métodos de moderación ayudan a mantener una forma de proceder estructurada. A continuación, presentamos un breve resumen de los más frecuentes.

4.1.1 LA TÉCNICA DE FORMULACIÓN DE PREGUNTAS EN LA MODERACIÓN

Existe un gran número de tipos de preguntas que se pueden emplear para moderar. ¿Qué caracteriza a una buena pregunta? ¿Qué preguntas son las más adecuadas en una situación concreta?

Desde el punto de vista formal se puede distinguir entre las preguntas abiertas y las preguntas cerradas. A las preguntas cerradas se puede responder habitualmente con un “sí” o un “no” y exigen una toma de posición o ir al grano y tomar una decisión clara. Centran el debate y requieren una respuesta rápida y clara. Por otra parte, las preguntas abiertas dejan margen para la respuesta e invitan a intervenciones más largas.

Funcke y Rachow (2016) identificaron una serie de categorías de preguntas, que se pueden emplear:

- **Preguntas que se remiten a algo** y que hacen alusión a algo anterior. Como por ejemplo ...

... preguntas para interpelar a las personas:

¿Con qué pensamientos y sentimientos venís hoy?

... preguntas relacionadas con posiciones:

¿Quién está satisfecho?

... preguntas sobre sentimientos:

¿Cómo os ha ido?

... preguntas que renuevan el rumbo:

¿Cómo deberíamos cambiar nuestra forma de proceder?

... preguntas que invitan a la reflexión:

¿Cuál ha sido vuestra experiencia?

... preguntas que agilizan la transmisión:

¿Cuáles son las diferencias y similitudes entre este ejercicio y la práctica?

... preguntas para evaluar el proceso:

*¿Con qué estáis satisfechos?
¿Con qué estáis menos satisfechos?*

- **Preguntas que permiten analizar la situación** y centrarse en el “aquí y ahora”. Aclaran situaciones y ayudan a mantener estable la capacidad de trabajo. Por ejemplo...

... preguntas que orientan la mirada hacia los demás:
... preguntas para asegurarse:

¿Qué tal le va a vuestro vecino?

¿Qué podéis hacer ahora con eso?

... preguntas para verificar si se ha entendido:

¿Así os queda claro?

... preguntas de sondeo:

¿Todavía queda energía? ¿Es interesante o relevante?

... preguntas para invitar a concretar:

¿A qué os referís exactamente?

... preguntas que arrojan luz:

¿Me podríais recordar esto?

- **Preguntas que estimulan el pensamiento creativo** y que sirven como disparador, como, por ejemplo ...

... preguntas para mirar más allá:

¿Cómo se ha resuelto un problema similar en el pasado?

... preguntas para una mayor apertura de miras:

¿Qué diría el Dalai Lama al respecto?

... preguntas que requieren creatividad:

¿Qué podemos hacer para fracasar?

... preguntas que invitan a cuestionar la forma de pensar:
... preguntas para apoyar ideas locas:

... preguntas que permiten establecer conexiones:

¿Cómo estáis tratando a vuestras propias ideas?
¿Qué pensamiento central se encuentra detrás de esta idea?
¿Qué tiene que ver con XY?

- **Preguntas para ahondar** y que permiten aclarar las cosas cuando la situación se estanca, surgen malentendidos o se requiere una comprensión más profunda de un tema.

Se trata de ...

... preguntas que interrumpen el proceso:
... preguntas que remiten al tema central:
... preguntas que aclaran:
... preguntas que dejan claro el interés:
... preguntas que miran lo que hay detrás:

... preguntas que invitan a hablar:
... preguntas que dejan claro el miedo:
... preguntas que ofrecen un equilibrio:

¿Qué pasa exactamente aquí?
¿Qué es lo que no os gusta?

¿He entendido bien que...?
¿Para vosotros qué es lo importante aquí?
¿Cuál es el punto positivo detrás de ese comportamiento?
¿Hasta qué punto?

¿Qué es lo peor que podría pasar?
¿Qué es lo malo dentro de lo bueno? ¿Qué hay de positivo dentro de lo negativo?

... preguntas para verificar atribuciones y valoraciones:

¿Cuánto tiempo sois capaces de observar a las personas antes de evaluarlas?

- **Preguntas que permiten avanzar en el trabajo** y dar un paso más cuando los grupos no paran de dar vueltas en círculo o los participantes se muestran excesivamente inflexibles. Pueden ayudar ...

... preguntas sobre el objetivo:

¿Qué es lo que queréis alcanzar?

... preguntas para pedir otras opiniones:

¿Qué piensan los demás al respecto?

... preguntas para aunar:

¿Cuáles son las similitudes?

... preguntas que aclaren cómo sigue el proceso:

¿Qué hacemos ahora con esto? ¿Cómo seguimos adelante?

... preguntas que establezcan prioridades:

¿En qué deseáis seguir trabajando?

... preguntas sobre el impacto:

¿Cómo funcionaría esto in situ?

... preguntas que lanzan la reflexión:

¿Qué pasaría si...?

... preguntas que invitan buscar una solución:

¿Qué puedo hacer yo / podemos hacer nosotros para que...?

- **Preguntas que llevan al grano** y que exigen una toma de posición concreta. Como por ejemplo ...

... preguntas que determinan:

¿Estáis de acuerdo?

... preguntas que integran:

¿Podrías aceptarlo?

... preguntas para distanciarse un poco:

Me gustaría pensarlo un poco / tendríamos que leer un poco más al respecto, ¿os parece bien?

... preguntas que ofrecen alternativas:

¿Y si no?

... preguntas para concretizar:

¿Qué os gustaría cambiar exactamente al respecto?

... preguntas que ayudan a tomar decisiones:

¿A qué podrías renunciar?

... preguntas para ver las diferencias:

¿Qué ha cambiado frente a antes?

... preguntas que garantizan resultados:

¿Cuáles son las tres conclusiones principales?

4.1.2 LOS MÉTODOS DE MODERACIÓN

Existen métodos eficaces para moderar que se pueden emplear para recabar temas, para encontrar ideas, para estructurar o para formar opiniones. A continuación, se presentan los objetivos, la aplicación y los puntos a los que prestar atención durante su uso.

LA CONSULTA CON TARJETAS

¿Para qué?

Para recabar temas, preguntas, ideas y propuestas de solución.

¿Cómo?

Se les hace una pregunta a los participantes y se presenta de forma visual (en la medida de lo posible por escrito en todos los idiomas representados). Se pide que se responda por escrito. Para ello se distribuyen tarjetas del mismo color y forma para que no se las pueda distinguir. (Para tener en cuenta: ¡los colores y las formas están llenas de significado!) Para rellenar las tarjetas, los participantes deben prestar atención a lo siguiente: escribir con rotulador, en letra de imprenta, grande y clara, un máximo de tres líneas y un máximo de una idea por tarjeta. Participan todos los asistentes. La persona encargada de la moderación o los participantes colocan las tarjetas en un tablón preparado a tal efecto. La clasificación en grandes temas puede realizarse al mismo tiempo o llevarse a cabo después de que se coloquen todas las tarjetas. A continuación, el grupo verifica una vez más la clasificación y se escribe un epígrafe para cada uno de los grupos de tarjetas.

¿Qué se debe tener en cuenta?

Todas las anotaciones son igual de importantes. En todo momento se puede volver a colocar las tarjetas. En un contexto europeo, calcular un tiempo mayor, puesto que las tarjetas deberán traducirse. En la versión que contemplamos, las tarjetas estarán redactadas en el idioma del participante y no todo el mundo podrá entenderlas. Se recomienda la traducción de las tarjetas y su inclusión en la documentación de la jornada. En el caso de grupos grandes con muchas anotaciones, la consulta con tarjetas puede volverse confusa. Para evitarlo se puede limitar el número de tarjetas por persona.

LA CONSULTA DE VIVA VOZ

¿Para qué?

La consulta de viva voz puede servir, al igual que la consulta con tarjetas, para recabar temas, ideas, preguntas, etc.

¿Cómo?

Se le hace una pregunta al grupo y se muestra de forma visible (en la medida de lo posible en todos los idiomas presentes) y se pide que se responda de viva voz. En estos casos lo ideal es que hagan esta labor dos personas. Un/a moderador/a orienta el proceso mientras que otra persona se encarga de apuntar lo que se dice. El tiempo requerido es corto. Se consigue un efecto “lluvia de ideas” a través de asociaciones de ideas que surgen mediante la sucesión de intervenciones, así como su organización a través de la moderación.

¿Qué se debe tener en cuenta?

Resulta complejo reorganizar las anotaciones. Los comentarios dejan de ser anónimos. Es posible que no todas las personas participen activamente y que se sienta vergüenza de tomar la palabra. En la presentación se debe elegir un idioma que entienda la mayoría. En la medida de lo posible, se pueden utilizar también símbolos o dibujos para facilitar una comprensión universal.

EL ALMACÉN DE TEMAS

¿Para qué?

En el almacén de temas se depositan los puntos principales identificados por el grupo y se van sentando las bases para el trabajo futuro.

¿Cómo?

La persona encargada de la moderación enumera junto con el grupo los temas que se deben trabajar o seguir trabajando. Los temas se pueden comunicar a través de tarjetas o de viva voz. Se van abordando después por orden o se establece el orden a través de una consulta usando pegatinas (tipo gomets), como se indica más abajo.

¿Qué se debe tener en cuenta?

En la presentación visual se debe elegir un idioma que entiendan todos los participantes, en la medida de lo posible, o emplear una pantalla de proyección en la que se presente la traducción escrita proporcionada por los/as intérpretes.

LA CONSULTA CON PEGATINAS (GOMETS)

¿Para qué?

La consulta con pegatinas se emplea para votaciones. Resulta adecuada para tomar decisiones, fijar prioridades o darles visibilidad.

¿Cómo?

Normas

Se pide a los participantes que respondan con pegatinas (gomets) a una pregunta presentada de forma visual (en la medida de lo posible en todos los idiomas representados). Se pueden contemplar una serie de alternativas, por ejemplo, los conceptos generales provenientes de la fase de recopilación de temas o provenientes del almacén de ideas.

El número de pegatinas que debe pegar (PP) cada participante (PT) depende del número de temas y del tamaño del grupo.

	5 PT	10 PT	15 PT	20 PT
5 temas	3 PP	2 PP	1 PP	1 PP
10 temas	6 PP	4 PP	3 PP	2 PP
15 temas	8 PP	5 PP	4 PP	3 PP
20 temas	10 PP	6 PP	5 PP	4 PP

¿Qué se debe tener en cuenta?

Resulta fundamental asegurarse de que la pregunta sea precisa y de que se cuenta con suficientes pegatinas (gomets). Luego se procede al recuento de anotaciones y se muestra el resultado de forma visible en la pared o en un rotafolio.

LA PIZARRA DIVIDIDA EN DOS CAMPOS

¿Para qué?

Este método resulta ante todo propicio para el trabajo de un tema en grupos pequeños. Sirve para analizar un tema desde dos puntos de vista, para trabajar posibles conflictos o buscar soluciones.

¿Cómo?

Al grupo se le plantean preguntas relacionadas con el tema en cuestión (en la medida de lo posible en todos los idiomas representados) y se identifican dos campos (aspectos), como por ejemplo ventajas y desventajas o pasado y futuro, etc. Lo más importante es que los participantes puedan presentar su posición sobre los campos concretos (aspectos). Van respondiendo a las preguntas para cada uno de los campos de viva voz. Aquí tiene sentido de nuevo contar con una moderación con dos personas (véase “La consulta de viva voz”).

¿Qué se debe tener en cuenta?

Es fácil manejar la “La pizarra dividida en dos campos”. Permite presentar una estructura clara y ayuda a trabajar un tema / problema para luego poder proponer enseguida medidas concretas. El análisis se centra en los puntos elegidos anteriormente. Se trata de un método muy apropiado para el trabajo en grupos pequeños, cuando se quiera desarrollar, en poco tiempo, ideas sobre un tema de forma paralela, para luego seguir trabajándolas en la plenaria. En este caso hay que tener en cuenta el tema de la interpretación (traducción escrita o interpretación oral).

LA LLUVIA DE IDEAS

¿Para qué?

Probablemente la lluvia de ideas es el método más conocido para la búsqueda de ideas. Resulta útil para identificar muchas ideas, opiniones o temas en poco tiempo.

¿Cómo?

Primero se debe presentar a los participantes las normas básicas de la lluvia de ideas:

- ¡No se pueden criticar las ideas propias ni ajenas!
- Lo ideal es que se pueda expresar libremente lo que se está pensando, ¡también las ideas que se salen de lo común!
- ¡Se pueden retomar las ideas de otros!
- Se otorga prioridad a la cantidad frente a la calidad: ¡se trata de intentar producir el número máximo de ideas!

Se presenta por escrito una pregunta (en la medida de lo posible en todos los idiomas presentes) y los participantes responden de viva voz. Se apuntan todas las respuestas. La fase de recopilación de ideas debe durar como mínimo 10 y como máximo 20 minutos. Luego se procede a una valoración, es decir al ordenamiento y a la evaluación de las ideas.

¿Qué se debe tener en cuenta?

En los grupos con poca experiencia resulta difícil evitar la valoración inmediata de las ideas. Durante la lluvia de ideas se debe asegurar la traducción de las distintas ideas y su presentación de forma visual en todos los idiomas.

EL PLAN DE MEDIDAS

¿Para qué?

El plan de medidas busca garantizar que se dé seguimiento a los puntos elegidos conjuntamente y que se acuerden formas de proceder específicas, vinculadas a medidas concretas y a su ejecución.

¿Cómo?

Se le entrega al grupo una tabla (matriz) con una serie de columnas, como por ejemplo las siguientes:

- **Ordinal** de la medida (no por orden de prioridad, sino organizativo)
- **¿Qué?** Definición de la medida
- **¿Para qué?** Determinar el objetivo de la medida
- **¿Quién?** Persona responsable
- **¿Cuándo?** Fecha o plazo de tiempo
- **¿Comprobación?** Momento y forma de comunicar al respecto, para que las medidas no desaparezcan.

Los participantes se ponen de acuerdo sobre los diferentes campos y ponen por escrito el resultado.

¿Qué se debe tener en cuenta?

La persona encargada de la moderación se asegura de que las medidas acordadas se formulen de la forma más concreta posible y que también resulten factibles para el grupo. Aquí es importante prestar atención a que todo el mundo pueda comprenderlo en los diferentes idiomas presentes.

EL FLASH

¿Para qué?

El flash o la instantánea permite reunir imágenes del ambiente en el grupo sin requerir mucho trabajo preparatorio. Ofrece a los presentes la ocasión de realizar comentarios o de expresar deseos sobre el transcurso. El “flash” puede contribuir a un ambiente constructivo de trabajo, así como permitir correcciones de cara al seguimiento del evento. Se puede introducir de forma rápida y flexible, ante todo, cuando parezca útil realizar una verificación intermedia.

¿Cómo?

En la mayoría de los casos se realiza sin mostrar el resultado de forma visual. Se pide a los participantes que digan algo sobre:

- cómo se siente en ese momento preciso,
- hasta qué punto se encuentran satisfechos con el resultado,
- cómo ven / han visto la cooperación en el seno del grupo.

Todos deben participar con intervenciones cortas (no más de 1 minuto por persona). El flash o instantánea suele empezar con el comentario de una primera persona y luego se continúa dando la palabra siguiendo el sentido de las agujas del reloj.

¿Qué se debe tener en cuenta?

Se deben formular preguntas concretas que den pie a afirmaciones contundentes. Si alguien no desea responder puede decirlo. La persona encargada de la moderación debe poner fin a los comentarios o los

debates que se eternicen. No se debe proceder a la justificación de las diferentes declaraciones. Se debe tener en cuenta el tiempo que puede requerir la interpretación.

EL ALMACÉN DE PREGUNTAS

¿Para qué?

En un depósito de preguntas se pueden ir apuntando las preguntas que vayan surgiendo, a las que (todavía) no se ha aportado respuesta, pero que no se quieren perder de vista.

¿Cómo?

Se determina qué preguntas deben aclararse y para cuándo. La persona que modera las escribe en un rotafolio o los participantes las van apuntando. Esta propuesta resulta adecuada para recabar las preguntas que surgen en las conversaciones durante los descansos. El objetivo debe ser que no se pierda ninguna y se aborde / responda a cada una de ellas.

¿Qué se debe tener en cuenta?

La persona que modera debe preguntar después de los descansos si han surgido preguntas que haya que apuntar. Idealmente conviene mostrar las preguntas en todos los idiomas presentes o en un idioma que todo el mundo entienda.

4.2 LOS MÉTODOS PARA EVENTOS INTERACTIVOS

Los métodos seleccionados específicamente para un evento sirven para impulsarlo. Hace que las personas participen de forma activa, les permite aportar sus conocimientos y experiencia, así como poner en práctica sus competencias. La introducción de métodos activadores, con medios diferentes, sirve para estimular diferentes funciones cerebrales, puesto que:

- activan la memoria, los conocimientos previos y las experiencias,
- movilizan las emociones necesarias para aprender,
- activan la apropiación de nuevos conocimientos y la percepción sensorial,
- promueven el entendimiento mutuo a nivel comunicativo, y
- movilizan todo el cuerpo a través de su activación.

Los adultos aprenden de forma más duradera cuando pueden remitirse a conocimientos/experiencias previos, prueban algo nuevo, tienen ocasión de hablar con otras personas y pueden participar. La monotonía agota y es contraproducente para el aprendizaje. Por ejemplo, eso puede suceder con una sucesión de presentaciones, sin la posibilidad de plantear preguntas o sin la oportunidad de mantener un debate. Solo a través de la activación de los participantes se puede lograr impulsar procesos mentales complejos, así como realizar acciones prácticas o cognitivas probadas para experimentar o generar de forma conjunta algo nuevo.

Sin embargo, tampoco se deben usar los métodos como si se quisiera montar un espectáculo pirotécnico. Se deben dosificar y aplicar en el proceso de aprendizaje de forma apropiada para los participantes. Los métodos activos no son un fin en sí mismo, sino que deben adaptarse a los objetivos de aprendizaje, a los temas y a los grupos destinatarios. Por esta razón, al igual que hace un DJ en su mesa de mezclas, se recomienda encontrar en todo momento el ritmo y la dosis adecuada,

con el fin de generar un ambiente de trabajo dinámico y constructivo. Antes de elegir el método, también es importante responder a las preguntas de para qué se introduce y para qué objetivos pedagógicos. De no ser así puede que los participantes no entiendan la razón de ser de la sesión.

En su análisis de un aprendizaje animado y duradero, Rolf Arnold desarrolló unos criterios para los métodos con el acrónimo S.P.A.S.S (por sus siglas en alemán). En español, los adjetivos que lo describen serían: autodirigido, productivo, estimulante, situacional y social.

Resumiendo, se trata de buscar métodos que:

- apoyen un aprendizaje autodirigido;
- resulten productivos y ofrezcan la posibilidad de descubrir algo;
- resulten estimulantes, permitiendo a los estudiantes desarrollar sus propios caminos hacia las soluciones, planificar y ejecutar;
- tengan en cuenta la situación y estén relacionados con el grupo;
- sean sociales, expresando tanto las valoraciones positivas como la crítica constructiva y ofrezcan la posibilidad de percibir los sentimientos.

En la tabla que incluimos a continuación se explican los criterios de los métodos de forma detallada:

Criterios S.P.A.S.S de los métodos

AUTODIRIGIDO	<ul style="list-style-type: none">• Los estudiantes tienen la posibilidad de determinar ellos mismos el conocimiento y el camino hacia el aprendizaje.• Los estudiantes verifican ellos mismos los resultados de su aprendizaje.• Los estudiantes participan en la fijación de los objetivos, los procesos y las condiciones de aprendizaje.• Se apoya a los estudiantes a asumir su propia responsabilidad hacia su aprendizaje.• Los enseñantes son responsables del proceso: generan las condiciones necesarias para que se pueda producir el autoaprendizaje.
PRODUCTIVO	<ul style="list-style-type: none">• Se establecen vínculos con los conocimientos y las experiencias previos de los estudiantes.• Se ofrece un espacio a los estudiantes para la curiosidad y el trabajo basado en el descubrimiento.• Los estudiantes parten de diferentes perspectivas.• Los estudiantes tienen la posibilidad de cuestionar su propio punto de vista.
ESTIMULANTE	<ul style="list-style-type: none">• Los estudiantes trabajan en torno a encargos concretos.

	<ul style="list-style-type: none"> • Se permite a los estudiantes planificar ellos mismos el camino que van a seguir para buscar las soluciones, aplicarlo y verificar. • Los estudiantes desarrollan sus propias iniciativas. • Se permite a los estudiantes trabajar con un enfoque basado en la práctica y la experiencia.
SITUACIONAL	<ul style="list-style-type: none"> • Los estudiantes aprovechan sobre la situación aquí y ahora y reflexionan dentro de ese contexto. • El método se adapta a la situación del grupo. Encaja con la situación de los estudiantes y el grupo. • Los estudiantes desarrollan soluciones a través de ejemplos prácticos. • Los estudiantes trasladan soluciones de referencia a su propia práctica. • A los estudiantes se les ofrecen recomendaciones para la aplicación práctica.
SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> • Los estudiantes se sienten valorados. • Los estudiantes reciben un momento y un espacio para sus preguntas y sus comentarios. • Los estudiantes perciben las emociones. • Los estudiantes ponen en práctica métodos de comunicación constructivos. • Se fomenta que los estudiantes busquen soluciones de forma cooperativa.

Fuente: Arnold (2012), p. 79

Con la siguiente recopilación de métodos se presentan unas primeras ideas para poder introducir elementos estimulantes en la planificación de un evento. Resultan adecuados para grupos europeos y se presentarán clasificados de la siguiente forma:

- Métodos para el conocimiento mutuo
- Métodos de trabajo
 - ... centrados en: los nuevos contenidos y establecimiento vínculos con los previos
 - ... centrados en: el intercambio de experiencias
 - ... centrados en: el acuerdo de opiniones/posiciones
 - ... centrados en: el desarrollo de escenarios futuros
- Métodos para la retroalimentación
 - ... intermedia
 - ... al final del evento

La breve presentación de los siguientes métodos busca despertar la curiosidad para que se siga indagando en la bibliográfica o en internet, así como fomentar el intercambio con otros organizadores de eventos para encontrar métodos eficaces.

En cuanto a la moderación, resulta fundamental que se comunique a los participantes la duración y la hora final de cualquier método que se introduzca (“Ahora tienen 30 minutos. Nos vemos de nuevo a las 11:15”), así como dar instrucciones claras sobre cómo funciona el método y a quién se pueden dirigir para contar con apoyo durante el proceso. Antes de que el grupo empiece a trabajar, se aconseja asegurarse de que se haya entendido todo bien. Es importante convocar de nuevo a los grupos para que regresen a la plenaria llegada la hora y para que se respete el horario. Puede resultar útil en este sentido un gong o una campanilla.

4.2.1 LOS MÉTODOS PARA EL CONOCIMIENTO MUTUO

LA RONDA DE HASHTAGS

Transcurso:	Se pide a los participantes que se presenten con el nombre, y el apellido si se quiere, así como con tres hashtags. Se trata de elegir características concretas relacionadas con uno mismo o temas que más nos interesan en ese momento. Por ejemplo: “Mi nombre es María y mis tres hashtags con #TrabajoDigital, #Creatividad y #Fotografía”.
Tamaño del grupo:	8 personas hasta máx. 150 personas
Duración:	En función del tamaño del grupo, máx. 30 segundos por persona
Material/ Recursos necesarios:	Si los grupos son grandes, se recomienda el uso de un micrófono, para que todo el mundo pueda oír a la persona que se presenta.
Preparación:	No requiere ninguna preparación especial. Se recomienda escribir un ejemplo (en un rotafolio o en un PowerPoint) y dejar que empiece una persona que conozca la actividad.
Tener en cuenta:	Para que el ejercicio sea realmente breve, solo se le deben dar 30 segundos a cada persona para hablar. Es algo que hay que recalcar al presentar la actividad. Como se trata de una intervención breve y precisa, normalmente los/as intérpretes pueden traducir rápidamente.

Efecto:

El método resulta muy popular porque así todo el mundo se presenta de forma muy breve. Además, se puede identificar a las personas con las que existen afinidades. Y dirigirse a ellas en cuanto se presente la primera ocasión para ponerse en contacto. Además, es fácil recordar información breve de esta naturaleza y permite hacerse con una buena idea de las personas que están con nosotros en la sala. Al inicio de un evento este método funciona bien para romper el hielo de cara a una sesión de trabajo en grupo o para una fase de networking. El método se suele emplear a menudo al inicio de BarCamps, pero también resulta propicio para otros formatos de evento.

LA COLOCACIÓN SOCIOMÉTRICA (O: VOTAR CON LOS PIES)

Transcurso:

En la colocación sociométrica se fijan, por adelantado, una serie de criterios, que deben aplicar todos los participantes para ubicarse en un lugar. En función de la pregunta se puede realizar de forma lineal (por ejemplo, por orden alfabético del nombre), por grupos (por ejemplo, mediante preguntas de sí o no) o con divisiones de zonas diferentes por toda la sala (por ejemplo, si se pregunta el lugar de origen). Para posicionarse, los participantes deben hacerse entender entre sí (nota: normalmente resulta fácil en el caso de preguntas sencillas sin necesidad de interpretación).

Tamaño del grupo:

8 personas hasta máx. 80 personas

Duración:

15 a 30 minutos

Material/ Recursos necesarios:

Lo importante es contar con espacio suficiente para que los participantes se puedan mover y que quede claro el lugar en el que se colocan.

Preparación:

Los/as moderadores/as pueden ser creativos/as con las preguntas. Se puede proceder a la colocación por el nombre en orden alfabético, por edad de los participantes o en función del lugar de origen y los puntos cardinales. El método permite también abordar temas del evento y ver la posición de los participantes al respecto, por ejemplo: “La digitalización de nuestro trabajo presenta muchas oportunidades: sí/no”.

Las personas encargadas de la moderación deben preparar los polos “sí/no” o los puntos cardinales “Norte/Sur/Este/Oeste” con tarjetas en los idiomas presentes y repartirlas por la sala de forma visible cuando se den las instrucciones.

Tener en cuenta:

Para que el método funcione y los participantes se mantengan activos, no se deben formular más de tres o cuatro preguntas. Los/as moderadores/as pueden hacer preguntas sobre su posicionamiento a los participantes entre una y otra.

Efecto:

A través de la colocación en la sala se consigue una instantánea del grupo, por ejemplo, con los

puntos cardinales para ver de dónde provienen los participantes o formando una fila en función de la edad, para saber la edad de las personas, o a través de encuestas de opinión sobre un tema (a favor o en contra). La instantánea que se consigue suele quedarse bien grabada y se puede retomar en cualquier momento a lo largo del resto del evento. El método ofrece una forma de empezar a conocerse sin ningún tipo de obligación y funciona bien al principio para romper el hielo de cara a una sesión de trabajo en grupo o para una fase de networking.

4.2.2 LOS MÉTODOS DE TRABAJO

... CENTRADOS EN: LOS NUEVOS CONTENIDOS Y ESTABLECIMIENTO VÍNCULOS CON LOS PREVIOS

EL INFORME DE UN MINUTO

Transcurso:

Al inicio del evento los participantes reciben la tarea de apuntar por escrito en 1 minuto lo que debe suceder en el transcurso del evento, que hará que tenga éxito, por ejemplo: ¿Qué cuestiones me gustaría que me quedaran claras hoy y mañana? ¿En qué momento sentiré que el seminario de EZA resulta exitoso para mí? Los participantes escriben sus comentarios en una hoja A4 o en tarjetas. Existen distintas posibilidades para la continuación:

- 1) Los participantes colocan el resultado en un tablón.
- 2) En grupos con un tamaño máximo de 20 personas, cada una puede presentar de forma oral y breve sus expectativas.
- 3) Se pide a los participantes que sean ellos los que se aseguren de ver cumplidas sus expectativas y que las incorporen en consecuencia al evento.

Tamaño del grupo:

El que se desee

Duración:

5 a 10 minutos

Material/ Recursos necesarios:

Un folio A4 o tarjetas

Preparación:

Preparar una pregunta que favorezca respuestas claras.

Tener en cuenta:

Si algunos participantes no escriben nada, merece la pena recordar que el ejercicio resulta decisivo para la continuación del evento.

Efecto:

A través de la pregunta, se insta a los participantes a contribuir a la configuración de su propio proceso de aprendizaje, así como a que se realicen sus deseos/expectativas. Se centran en lo que es importante para ellos y pueden contribuir de forma activa al éxito del evento.

EL MÉTODO DE PONER PATAS ARRIBA

Transcurso:

Para empezar, se realiza como primer paso una lluvia de ideas paradójica sobre un tema concreto que esté de alguna forma relacionado con el trabajo o la experiencia de los participantes. Paso 1: se pone el tema patas arriba y se plantea, por ejemplo: “Un evento malísimo se caracteriza por XY”. En una segunda fase, el grupo le da la vuelta a los argumentos que hayan salido y se procede a su estructuración.

Tamaño del grupo:

8 a 40 personas

Duración:

30 minutos hasta máx. 1 hora

Material/ Recursos necesarios:

Material de moderación, bolígrafos, tablón o pizarra para mostrar los resultados del paso 1 y del paso 2.

Preparación:

Se tiene que formular una pregunta que ponga las cosas “patas arriba”, relacionada con el tema del evento. Se debe tener el material listo y designar un/a moderador/a para presentar los resultados de forma visual y para ir dando la palabra a los participantes.

Tener en cuenta:

En el segundo paso, se debe prestar atención al cambio de perspectiva para no volver continuamente al primer paso. También se debe asegurar que se pueda seguir traduciendo en la dinámica que se instale.

Efecto:

El método de poner patas arriba resulta adecuado para abordar un tema desde otro punto de vista, así como para mostrar la experiencia y las opiniones de otros. Esta forma creativa de presentar un problema, para luego darle la vuelta, permite desarrollar las capacidades para la acción, que no podrán verse socavadas por los puntos recopilados en el paso 1.

... CENTRADOS EN: EL INTERCAMBIO DE EXPERIENCIAS**EL ESTUDIO DE UN CASO / LA TÉCNICA DE LOS ESCENARIOS****Transcurso:**

Se presentan situaciones prácticas y contextos de toma de decisiones partiendo de casos o escenarios realistas. Se trata ante todo de reconocer la interacción y el peso de los factores que inciden en los ejemplos o en los escenarios y desarrollar alternativas para solucionar los problemas, con el fin de poder aplicarse a situaciones similares.

Tamaño del grupo:

20 a 30 personas

Duración:

2 a 3 horas

**Material/
Recursos
necesarios:**

Identificar uno o varios casos/escenarios que permitan abordar el tema del evento y presentárselos a los participantes. Se debe poner a disposición el material necesario y designar a un/a moderador/a que pueda presentar de forma visual el resultado.

Preparación:

Se deben describir de forma clara todos los factores relacionados con el caso/escenario para que resulte lo más comprensible posible.

Tener en cuenta:

Se debe presentar el caso/escenario de forma totalmente anónima, con el fin de garantizar la protección de datos y evitar hablar de personas o empresas concretas. Después de repartir el caso/escenarios para que se eche un primer vistazo, se deben aclarar las dudas que puedan surgir en la plenaria. En la fase de trabajo, se debe designar a personas para que estén disponibles en el caso de que surjan posibles preguntas. En la composición de los grupos conviene asegurarse de que los participantes se puedan entender entre sí o que cuenten con el apoyo de intérpretes.

Efecto:

Como se trata de abordar un problema estrechamente relacionado con la práctica, la probabilidad de éxito del aprendizaje es elevada, así como su posterior aplicación en el ámbito objeto de la formación.

EL ASESORAMIENTO COLEGIADO SOBRE UN CASO

Transcurso:

El asesoramiento colegiado sobre un caso es un formato de consulta sencillo. Con este método personas que desempeñan un trabajo similar buscan de forma conjunta una solución a un problema o a una pregunta concreta. La persona que busca consejo presenta al resto de los participan-

tes la situación y se deja asesorar. Resulta importante seguir los diferentes pasos que conforman el asesoramiento colegiado sobre un caso, así como designar a un/a moderador/a que mantenga esta perspectiva y que vaya anunciando los siguientes pasos.

Los ocho pasos son:

1. Reparto de roles: persona que busca consejo, moderador/a, asesor/a.
2. La persona que pide consejo presenta el caso.
3. Se hacen preguntas y se piden aclaraciones (asesor/a y la persona que busca consejo).
4. Los/as asesores/as recogen las asociaciones, las sensaciones, las fantasías, así como los puntos de vista posibles de las personas afectadas.
5. Se recogen las propuestas de los/as asesores/as.
6. La persona que busca consejo presenta las propuestas de solución, valora la viabilidad de su aplicación, además de planificar los siguientes pasos.
7. Los/as asesores/as determinan las probabilidades de trasladar las propuestas de solución a casos similares.
8. Por último, se mira hacia atrás: ¿cómo hemos trabajado? ¿cómo han funcionado los diferentes pasos? ¿a qué habría que prestar atención en el futuro?

En los pasos 4 y 5, la persona que busca consejo se retira y se limita a escuchar. No se aclara ninguna pregunta adicional que surja.

El/la moderador/a tiene la tarea de asegurarse de que en cada paso solo se aborde el punto previsto. Determina cuándo finaliza un paso y convoca el siguiente.

Tamaño del grupo:

Máx. 20 personas, aunque lo ideal sería entre 5 y 15 personas. No todos los participantes deben desempeñar el papel de la persona que busca consejo, asesor/a o moderador/a. Es posible designar a una persona como moderador a otra como la que busca consejo y solo un número limitado de personas para ser asesores. El resto de los participantes pueden observar el transcurso y aportar sus comentarios al final.

Duración:

30 a 45 minutos

Material/ Recursos necesarios:

Rotafolio o folios en los que se presenten los diferentes pasos, traducidos a los idiomas correspondientes.

Preparación:

Se debe preguntar en la plenaria qué casos se quiere abordar en la aplicación de este método de asesoramiento y proceder a su recopilación. De forma conjunta se identifican y seleccionan una serie de casos.

Tener en cuenta:

Se debe asegurar que los participantes se centren exclusivamente en el paso previsto y que, por ejemplo, no pasen excesivamente rápido a la búsqueda de soluciones o que quieran aclarar preguntas de nuevo, una vez finalizada dicha fase. Además, se debe prestar atención a dar solo la palabra a las personas previstas en cada paso concreto. El resto de las personas se deben retirar. En el paso 7 se tiene que evitar intentar convencer a la persona que busca consejo sobre una propuesta de solución. La decisión sobre lo que se debe aplicar recae sobre dicha persona, algo a lo que se debe prestar atención en la moderación. En un contexto europeo, resulta importante prestar atención a la traducción y que proceda a un ritmo que permita la interpretación. Antes de empezar, conviene indicar que se aborda el caso de forma confidencial y asegurarse que el grupo confirme que así se hará.

Efecto:

El asesoramiento, al ser sencillo y al retirarse la persona que pide consejo durante el paso 4 y 5, tiene lugar en un marco autoorganizado y en un ámbito protegido, con un debate serio sobre el caso. Todo ello permite la presentación de propuestas de solución y su valoración, para que luego la persona que busca consejo pueda proceder a su aplicación. La conversación estructurada sirve para poder abordar el caso desde diferentes perspectivas. La persona que busca consejo consigue un asesoramiento, tiene la oportunidad de

escuchar puntos de vista diferentes o nuevos, puede valorar las propuestas de solución identificadas y acceder a ideas nuevas en el intercambio con todos los participantes. Algunas de las personas que desempeñan el rol de buscar consejo pierden su inseguridad y sienten mayor confianza, a través del asesoramiento colegiado sobre un caso.

EL DEBATE SOBRE VENTAJAS Y DESVENTAJAS

Transcurso:

Se divide al grupo en dos subgrupos del mismo tamaño. Uno de los subgrupos defiende los argumentos a favor, el otro grupo defiende los argumentos en contra. Durante el debate es importante que se reaccione siempre frente a los argumentos de la persona que ha intervenido antes, tomando posición. Al final, se resumen los argumentos más importantes y se apuntan en un rotafolio para que todo el mundo pueda verlos.

Tamaño del grupo:

6 a 40 personas

Duración:

45 minutos para el debate, 30 minutos para el resumen de los argumentos

Material/ Recursos necesarios:

Se deben posicionar las mesas / sillas de tal forma que las personas que intervengan se puedan ver bien las unas a las otras. Lo ideal es que las dos posiciones se sientan una frente a la otra. Si necesario, material para que el/la moderador/a apunte los argumentos por escrito.

Preparación:

Se tiene que determinar por adelantado la división del grupo, así como el tema sobre el que se va a debatir.

Tener en cuenta:

Durante todo el debate se debe prestar especial atención a la equidad y a las normas de comunicación. Se debe pensar en la traducción a lo largo del proceso y prever el tiempo necesario para ello; cuando sea necesario frenar un poco el ritmo del debate.

Efecto:

Un debate sobre ventajas y desventajas permite dejar claras diferentes posiciones. Invita a una reflexión creativa y permite ejercitar la presentación de argumentos de forma objetiva.

EL THINK-PAIR-SHARE (O MÉTODO BOLA DE NIEVE)

Transcurso:

Los participantes apuntan de forma individual su respuesta y sus ideas relacionadas con una pregunta concreta (paso 1: think (pensar)). Tras 5 minutos, comparten lo escrito con una segunda persona (alternativa: directamente en un grupo de cuatro personas) y determinan cuáles son los puntos importantes, completan o tachan (paso 2: pair (inter pares), unos 5 a 10 minutos). En el último paso se presentan los resultados del grupo en la plenaria (paso 3: share (compartir)). Cuando los participantes son muy numerosos, se recomienda presentar resultados solo de algunos grupos a modo de ejemplo.

Tamaño del grupo:	6 a 80 personas
Duración:	20 a 40 minutos
Material/ Recursos necesarios:	Papel y bolígrafos para los participantes. En función del modo de presentación, rotafolio o tarjetas.
Preparación:	Formular una pregunta adecuada para el tema del evento y relacionada con la experiencia de los participantes, por ejemplo “En nuestro caso, se permite el trabajo incluso a través de...”.
Tener en cuenta:	Se debe plantear una pregunta/cuestión a la que todos los participantes puedan contribuir. Si a algunos les resulta difícil, se recomienda mencionar otras preguntas o presentar ejemplos. También se debe prestar atención a que se respete el trabajo individual y que los participantes no pasen directamente al trabajo en pareja. Para el trabajo en parejas se debe asegurar que las personas puedan entenderse entre sí o que cuenten con ayuda de los/as intérpretes. También en la fase final de compartir se debe contar con interpretación.
Efecto:	El método Think-Pair-Share permite que los participantes puedan intercambiar entre ellos, reflexionar sobre sus propias experiencias o puntos de vista y conocer las posiciones / ideas de todo el grupo.

EL MÉTODO FISH-BOWL (PECERA)

Transcurso:

El método Fish-Bowl resulta adecuado para un debate sobre alguna realidad. Un grupo de unos 4 a 5 participantes debaten en un círculo interior (“la pecera”) un tema o una cuestión, mientras que el resto de los participantes observan en un círculo exterior. Se deja siempre un asiento libre. Esta silla queda reservada para los participantes del círculo exterior. En cualquier momento, cualquier persona puede sumarse al círculo interior, sentarse en la silla y participar en el debate. Se puede presentar entonces la posición propia o hacer preguntas. La persona deja el círculo cuando se haya dicho todo o cuando otra persona quiera tomar el lugar e incorporarse al debate.

Tamaño del grupo:

El que se desee.

Duración:

Aprox. 1 hora

**Material/
recursos
necesarios:**

Un círculo compuesto por unas 5-6 sillas. Se debe organizar la sala de tal forma que el resto de las personas puedan oír y ver bien a aquellas que están sentadas en el círculo interior.

Preparación:

Se debe preparar la sala (tener en cuenta el equipo de interpretación, si aplicable) y determinar por adelantado el tema y las preguntas que se quieran debatir.

Tener en cuenta:

Solo se puede hablar en el círculo interior. Debe intervenir el/la moderador/a si se empieza a desviar del tema. Se debe acordar una señal que se empleará en el caso de que haya personas que acaparen demasiado la palabra o que se desvíen del tema, para encauzar de nuevo el debate. Como alternativa, se puede fijar un tiempo máximo de intervención. Se debe indicar a las personas que participan en el debate interior que no hablen demasiado rápido o que esperen a que se realice la traducción, si corresponde, antes de que se presenten nuevos argumentos.

Efecto:

A diferencia de las ponencias o de las mesas redondas, el resto de los participantes deciden en todo momento si desean intervenir en el debate. Un Fish-Bowl es un proceso autodirigido con una dinámica que se adquiere rápidamente. En cuanto una persona del círculo exterior ocupa la silla prevista, el método empieza a funcionar de forma autónoma. Las personas adquieren una mayor confianza para plantear preguntas y para aportar nuevas perspectivas al debate.

EL GRUPO DE MURMULLOS

Transcurso:

Tras una breve presentación inicial, vídeo o texto se plantea una pregunta o un tema que debatir con la persona que se tiene al lado entre 1 y 5 minutos. En la sala se oirá un murmullo, similar al zumbido de un enjambre de abejas, de ahí le nombre de “grupo de murmullos”.

Tamaño del grupo:	El que se desee.
Duración:	De 1 a 5 minutos.
Material/ Recursos necesarios:	No se requiere ningún material adicional. Transcurrido el tiempo, resulta útil contar con una señal acústica (gong o campanilla) para poner fin al murmullo.
Preparación:	El empleo de este método puede resultar útil en eventos en los que se tenga la sensación de que los participantes no se atreven a presentar su posición o no tienen ocasión de hacer preguntas (por ejemplo, después de una larga ponencia) cuando hay muchas personas. También se puede introducir cuando se constata que está bajando el nivel de atención.
Tener en cuenta:	Si al grupo le cuesta arrancar en esta actividad, se recomienda ampliar un poco el tiempo. Lo importante es asegurarse de que todos los participantes cuenten con un/a interlocutor/a y que se puedan entender. También se pueden constituir grupos de murmullos con personas que hablen el mismo idioma. Deben estar compuestos de 3 personas máximo.
Efecto:	Este método permite organizar la información que se ha escuchado, establecer vínculos con las experiencias de los participantes, así como generar nuevas ideas. Resulta adecuado para aligerar fases

largas de presentación de contenidos y para animar a los participantes a conversar entre sí.

EL PASEO DIALOGANDO

Transcurso:

Se invita a los participantes a realizar paseos en los descansos o durante el evento, por parejas o solos, con o sin tareas específicas (preguntas sobre la transferencia del aprendizaje, para la reflexión o relacionadas con el contenido).

Tamaño del grupo:

20 a 30 personas

Duración:

Máx. 1 hora

Material/ Recursos necesarios:

Ningún material específico necesario. Resulta ideal que el lugar en el que se celebre el evento se encuentre rodeado de espacios verdes o en un lugar algo apartado para que se vean facilitados los paseos por los alrededores.

Preparación:

Para el paseo se debe formular una pregunta y plantearse a todo el mundo, si es que los participantes no tienen una cuestión concreta sobre la que deseen reflexionar.

Tener en cuenta:

Resulta óptimo que se formen parejas que se puedan entender (idioma). A menudo cuando se anuncia el método la reacción de los participantes no suele ser muy entusiasta. Sin embargo, cambia bastante rápido en cuanto se empieza la actividad.

Efecto:

Después del paseo, se recomienda preguntar por la experiencia y tomar nota de lo que se ha constatado.

El cambio de escenario, es decir un cambio consciente de posición y lugar, suele resultar liberador y estimula la creatividad. La formulación de una pregunta concreta permite que la conservación se centre durante el paseo.

... CENTRADOS EN: EL ACUERDO DE OPINIONES/POSICIONES**LOS SISTEMAS DE VOTACIÓN****Transcurso:**

Los sistemas de votación (también conocidos como sistemas de respuesta del público, sistemas de votación en línea o sistemas de feedback en directo) ofrecen la posibilidad realizar encuestas anónimas con una serie de preguntas y respuestas predeterminadas. A nivel técnico se puede realizar a través de teléfonos inteligentes, tabletas u ordenadores portátiles. Los datos que se proporcionan en tiempo real se transmiten a un sistema central que se encarga del recuento y muestra el resultado de forma dinámica a través de una presentación digital. El resultado se puede presentar directamente a los presentes a través de un proyector. Existe una gran variedad de sistemas, cada uno con sus ventajas y desventajas (por ejemplo, ARSnova, Directpoll, PINGO, eduVote, tweedback). Se pueden hacer preguntas sobre el

feedback, posiciones, conocimientos, valoraciones o votaciones.

Tamaño del grupo:

El que se desee.

Duración:

5 minutos por pregunta.

Material/ Recursos necesarios:

Se deben organizar por adelantado los dispositivos, el software y unas condiciones óptimas de uso, realizar una prueba y tenerlas listas. En el caso de los eventos multilingües, se debe contar con las preguntas traducidas.

Preparación:

Se deben definir por adelantado las preguntas y las diferentes respuestas, identificar el momento adecuado para hacer las preguntas y plantear reflexiones sobre cómo se puede seguir trabajando con las respuestas. Para una introducción sobre cómo formular preguntas aptas para este tipo de sistemas, se puede visitar el siguiente enlace: <http://www.cwsei.ubc.ca/resources/clickers.htm>.

Tener en cuenta:

A los participantes se les debe proporcionar los enlaces o las aplicaciones al principio del evento o incluso en la invitación, para evitar los problemas técnicos de última hora y asegurarse de que las aplicaciones estén instaladas por adelantado. Se deben acordar normas claras para evitar que los aspectos técnicos no desalienten a los participantes.

Efecto:

En grupos grandes, la tecnología permite que muchas personas puedan expresar su opinión de forma anónima. Se trata de un efecto que no hay que subestimar. En función del tema, en ocasiones resulta muy complejo presentar una opinión en un grupo grande. Con estos sistemas, los participantes pueden expresar su opinión a todo el grupo y los resultados se pueden ver inmediatamente.

... CENTRADOS EN: EL DESARROLLO DE ESCENARIOS FUTUROS**TALLER SOBRE EL FUTURO****Transcurso:**

En el Taller sobre el futuro, se invita a los presentes, en calidad de expertos, a encontrar soluciones a problemas o retos identificados de forma conjunta. Se compone de tres fases: la fase de crítica, la fase de fantasía y la fase de realización. Se puede completar con una fase anterior de preparación y una fase posterior de evaluación.

En la fase de preparación los miembros del grupo se presentan y comentan algo sobre sus deseos y sus expectativas en torno al taller sobre el futuro. Los participantes se ponen de acuerdo sobre las reglas del juego.

En la fase de crítica los participantes analizan un tema. Resultan útiles preguntas como: “¿qué te molesta? ¿de qué tienes miedo? ¿qué te enfurece?” A continuación, se procede a recopilar los elementos problemáticos que hayan salido y se apuntan en una hoja grande de papel. Se reparten

pegatinas o gomets y los participantes seleccionan los temas más importantes.

En la fase de fantasía se desarrollan ideas que podrían contribuir a la resolución de los problemas. Todas las ideas son bienvenidas y no se debe proceder a una selección prematura.

En la fase de realización se ponen a prueba las diferentes ideas y se concretizan los pasos para impulsar el cambio. Se desarrollan medidas de forma conjunta.

En la fase de evaluación se dan los primeros pasos para la realización y se evalúa el éxito de forma conjunta.

Tamaño del grupo:

8 a 50 personas

Duración:

Al menos un día para los pasos: preparación, crítica, fantasía y realización.

Material/ Recursos necesarios:

El material para la moderación y un espacio suficiente para el trabajo en grupo.

Preparación:

Se debe repartir a los participantes en diferentes grupos y definir un tema sobre el futuro por adelantado o in situ con el grupo.

Tener en cuenta:

Se debe elegir un escenario de futuro que resulte comprensible para los participantes y que no sea excesivamente abstracto. Se debe prestar atención a la composición lingüística de los grupos y a la capacidad para entenderse en los grupos peque-

Efecto:

ños. De no ser así, se tendrá que organizar la interpretación necesaria.

El método del taller del futuro permite que los participantes puedan debatir, desarrollar nuevas ideas, presentar experiencias o puntos de vista y planificar la aplicación.

LAS VISITAS DE ESTUDIO (VISITAR “LUGARES DE FUTURO” O “LUGARES DE TOMA DE DECISIONES”)

Transcurso:

Las visitas de estudio o las visitas de lugares (empresas, parlamentos, organismos, instituciones, etc.) en los que los grupos pueden encontrar inspiración o acceder a conocimientos sólidos sobre procedimientos probados o novedosos, experimentar cómo se toman decisiones políticas o participar en conversaciones especializadas con sus representantes.

Fase 1: preparación

Se recogen por adelantado preguntas que se puedan hacer a los anfitriones en una visita de estudio. Se recomienda concentrarse en los puntos fuertes, elementos positivos o el potencial del sistema (por ejemplo, de la empresa, la organización, la persona) y no en los puntos negativos.

Fase 2: visita de estudio - descubrir y entender cosas nuevas

Una vez in situ se trata, ante todo, de realizar un viaje para descubrir y para entender los mecanismos o el funcionamiento de un sistema. Se debe

descubrir y entender cosas nuevas o buenas prácticas a través de entrevistas.

Fase 3: presentación de un escenario futuro atractivo

Al término de la visita de estudio (en función del tiempo del que se disponga, directamente in situ o posteriormente en el lugar en el que se celebra la reunión) se propone una visión de forma conjunta; se desarrolla una imagen de las posibilidades en el mejor de los casos o se debate sobre cómo podrían cambiar ciertas cosas.

Fase 4: formulación de un escenario futuro y concretización de su aplicación.

Se desarrolla una propuesta para el futuro y se toman decisiones relativas a su aplicación.

Fase 5: aplicación y requisitos

En la medida de lo posible, se incluye una fase de aplicación; se determinan requisitos sobre lo que debe pasar. Se ponen en práctica las ideas.

Tamaño del grupo:

Máx. 10 a 20 personas

Duración:

En función del lugar elegido de 2 a 6 horas.

Material/ Recursos necesarios:

Descripción de cómo llegar a la empresa, recopilación de las preguntas en un documento para repartir.

Preparación:

Se deben fijar por adelantado con los anfitriones el horario y las cuestiones prácticas. Se debe pre-

Tener en cuenta:

parar igualmente las posibilidades de traslado (lanzadera, autobús, tren) u hojas sobre cómo llegar. Hay que acordar con los participantes las preguntas, las normas (si necesario) y el transcurso.

Efecto:

También se debe organizar la interpretación y la moderación in situ.

A través de la visita de lugares en los que se puede acceder a novedades, observar procesos concretos o aclarar preguntas, se estimulan procesos de reflexión y de pensamiento creativo. Además, se pueden trasladar los retos de los participantes y desarrollar nuevas ideas para provocar procesos de innovación.

4.2.3 LOS MÉTODOS DE EVALUACIÓN

... INTERMEDIA

EL BARÓMETRO DEL ESTADO DE ÁNIMO

Transcurso:

En un cartel o tablón se presenta el barómetro en el que los participantes pueden comunicar su estado ánimo a través de una consulta con pegatinas o gomets. Es posible aplicar este método varias veces (por ejemplo, tras diferentes unidades/fases, cada vez al principio o al final cada uno de los días del evento).

Tamaño del grupo:

El que se desee.

Duración:

Máx. 15 minutos

Material/ Recursos necesarios:

Colocar un barómetro del estado de ánimo en un tablón dividido en “bueno”, “regular” y “malo” o con emoticonos: cara sonriente, cara desanimada y rostro neutro. Se necesitarán pegatinas o gomets para los participantes.

Preparación:

Se debe elegir por adelantado una imagen de un barómetro adecuada y pertinente. Se pide a los participantes presentar su estado de ánimo a través de una pegatina o gomet.

Tener en cuenta:

En el caso de que haya indicaciones de un estado de ánimo negativo se debe proceder a un análisis de las causas a través del método del “flash”.

Efecto:

El grupo puede ver a golpe de vista cuál es el ambiente general en la sala.

LA TARJETA ROJA Y LA TARJETA VERDE

Transcurso:

Al principio del evento, todos los participantes reciben una tarjeta roja y una tarjeta verde y se les indica dónde se encuentra el “buzón” (por ejemplo, cerca de la oficina del evento o en la sala para los descansos). Se les pide que introduzcan en el buzón la tarjeta roja o la tarjeta verde, cuando en el transcurso del evento haya algo que

“no va nada bien” (= rojo) o cuando algo haya ido “especialmente bien” (= verde). Es posible aplicar este método varias veces (por ejemplo, tras diferentes unidades/fases o al principio o al final de cada día durante un evento de varios días).

Tamaño del grupo:

El que se desee.

Duración:

Se puede realizar en cualquier momento.

**Material/
Recursos
necesarios:**

Se tienen que entregar tarjetas rojas y verdes a los participantes y poner bolígrafos a disposición.

Preparación:

Se deben preparar las tarjetas.

**Tener en
cuenta:**

Los organizadores tendrán que reaccionar a las tarjetas que se vayan introduciendo en el buzón a lo largo del evento. Se pueden mostrar los comentarios recibidos y las respuestas correspondientes en una pantalla o presentarlos en las fases de trabajo en plenaria. Se deben revisar las tarjetas con regularidad y proceder a su traducción a través de los/as intérpretes.

Efecto:

Los participantes podrán constatar que se toman en serio sus comentarios y que reciben respuesta a lo largo del evento, logrando en ocasiones una mejora de la calidad.

... AL FINAL DEL EVENTO

EL ÁRBOL DEL RECONOCIMIENTO

Transcurso:	A través del árbol del reconocimiento se presenta de forma visual lo logrado a través del evento. Los participantes apuntan en tarjetas los frutos del seminario, en forma de conocimientos adquiridos y éxitos logrados. Los participantes pegan sus tarjetas en el papel de embalaje / hoja del rotafolio y las leen para que su traducción simultánea.
Tamaño del grupo:	10 a 30 personas
Duración:	Unos 30 minutos o más si requiere debate
Material/ Recursos necesarios:	Se necesitan rotuladores y tarjetas para los participantes. Se debe preparar el árbol por adelantado con papel de embalaje / en una hoja del rotafolio.
Preparación:	Se dibuja un árbol con raíces, tronco, ramas y hojas en una gran hoja de papel de embalaje o para rotafolio.
Tener en cuenta:	No se debe profundizar ni justificar las diferentes declaraciones.
Efecto:	Se trata de un método metafórico que permite mostrar la “cosecha” de los participantes.

LA DIANA

Transcurso:

A través de una diana se puede evaluar la colaboración del grupo, el resultado, su orientación a la práctica y el transcurso de un evento. Se dibuja una gran diana en papel de embalaje / hoja para rotafolio y se divide en cuatro (o más si se desea evaluar más puntos). A modo de ejemplo, se pueden incluir las siguientes rúbricas: éxito del aprendizaje, orientación a la práctica, ambiente, contenidos.

Para cada dimensión, los participantes hacen una cruz o colocan un punto en la diana (cuanto más al centro, mayor es el nivel, cuanto más hacia afuera, menor es el nivel).

Tamaño del grupo:

Hasta un máx. de 100.

Duración:

15 a 30 minutos, en función del tamaño del grupo.

Material/ Recursos necesarios:

Diana, gomets

Preparación:

Se tiene que dibujar por adelantado la diana e indicar las diferentes dimensiones.

Tener en cuenta:

No se debe realizar ningún comentario o valoración ni tampoco proceder a ninguna justificación. Se deben traducir las dimensiones por adelantado a los diferentes idiomas.

Efecto:

El método permite ver de forma simultánea la evaluación del grupo sobre diferentes ámbitos y poder compararlos entre sí. La imagen resulta elocuente y se puede entender sin necesidad de traducción.

4.3 EL BARCAMP COMO FORMATO DE “DESCONFERENCIA”

Tanto a nivel europeo como internacional, los BarCamps cada vez son más populares. A diferencia de muchos otros formatos de evento, se considera a todos los presentes como expertos/as del ámbito en cuestión y se apela a su pericia de forma activa a lo largo del evento. Se ofrecen BarCamps en sectores muy diversos: informática, educación, economía, ámbito sanitario, etc. y sirven para el intercambio sobre contenidos o para el debate sobre temas de actualidad / cuestionamientos. En estos formatos, se trata de transmitir conocimientos, desarrollar productos de forma conjunta, debatir sobre cuestiones o proporcionarse ayuda mutua para la resolución de problemas. Los BarCamps se caracterizan por un intercambio de contenido crítico autoorganizado sobre un tema definido por adelantado, como por ejemplo el trabajo digital o “los cuidados en el futuro”.

Como se esboza brevemente en el punto 2, en ocasiones se denomina a los BarCamps “desconferencia”. Al inicio, no está fijado ni el programa, ni el contenido ni los/as ponentes, sino que todo eso lo deciden los participantes de forma conjunta in situ. Tampoco se establecen puntos principales por adelantado. Se trata de un evento con talleres abiertos, cuyo contenido y transcurso lo desarrollan los participantes al principio y que permite aprovechar la pericia de los presentes. En

BarCamps se establece una relación de tú a tú. De esta forma se ve facilitada una comunicación que transmita aprecio y una relación en pie de igualdad.

Recomendación: en Youtube se pueden encontrar muchos vídeos explicativos sobre los BarCamps. Merece la pena echarles un vistazo si se está contemplando aplicar este formato de evento. Además, se puede enviar el enlace a los vídeos explicativos a las personas que se desee invitar para que todo el mundo esté de acuerdo con el concepto. El Barcamp depende de las aportaciones y de la preparación de las personas que contribuyan.

Se invita a todos los presentes a aportar sus temas y a convertir el BarCamp en un foro para el intercambio y para la inspiración mutua. En los BarCamps se habla más bien de contribuyentes que de participantes. Toda persona puede/debe aportar algo. En una de las normas del BarCamp, se establece incluso que la primera vez que se participa en un BarCamp se tiene que contribuir con una sesión², no porque sea obligatorio, sino porque es necesario para alcanzar un resultado positivo. Los BarCamps aprovechan algo que no siempre se consigue con formatos tradicionales: se pueden presentar las experiencias y los conocimientos y ofrecer espontáneamente como contribuyente una sesión.

2 Se pueden encontrar las reglas del BarCamp en el BarCampblog en "The Rules of BarCamp"
<http://barcamp.org/w/page/405173/TheRulesOfBarCamp> (consultado por última vez: el 16 de marzo de 2019).

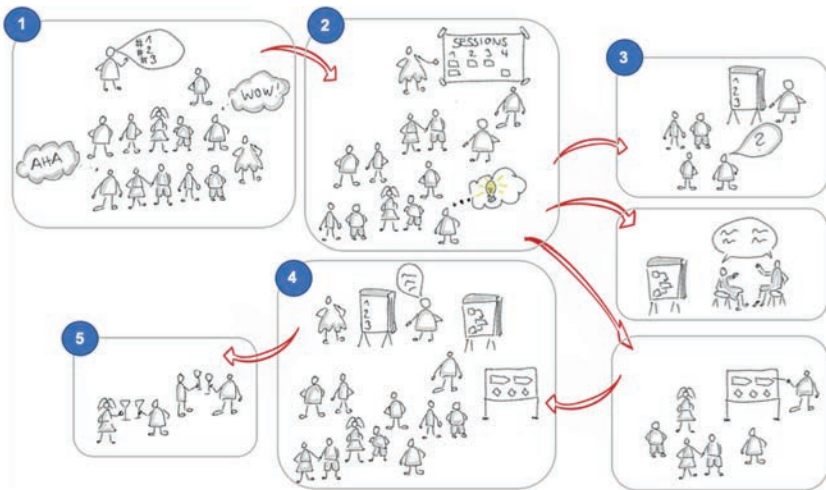


Diagrama 2: transcurso de un BarCamp

En el paso (1) los participantes se presentan a los demás con 3 hashtags (véase el método de presentación en el apartado 4.2.1). A continuación, realizan una breve presentación sobre su tema o sobre una interrogante para que las personas que tengan una idea de su sesión. Puede ser en forma de ponencia, taller, caso concreto o pregunta abierta. Los demás levantan la mano para indicar si la propuesta les resulta interesante o no. En el caso de que se manifieste interés al respecto, el/la moderador/a del BarCamp fija la sala y el momento en el que tendrá lugar la sesión e introduce la contribución en el programa de la sesión. El programa se cuelga a continuación en un lugar bien visible o se publica en formato digital.

En el paso 3, se procede a la celebración de las sesiones paralelas (un máx. de 45 minutos por sesión). Una sesión puede ser un minitaller, un debate, una presentación, una lluvia de ideas conjunta, la producción colaborativa de un texto, una consulta, etc. Proponer una sesión no significa necesariamente tener que darla. Se puede plantear un

tema y luego en la sesión reflexionar con los demás sobre su transcurso, quién tiene ideas complementarias y quién desea moderar la sesión: ¡no se fijan límites a las ideas! Se puede elegir libremente el formato y la forma de proceder que resulten adecuados para la contribución. El único factor limitador es el tiempo que se fija para una sesión: 45 minutos. Por lo tanto, resulta importante gestionar bien el tiempo y extraer resultados (intermedios) con el grupo. Se puede estructurar una sesión (prevista por adelantado o desarrollada espontáneamente el día mismo) en tres pasos:

Introducción (5 Min. aprox.)

- Breve presentación de la sesión (formular preguntas, preocupaciones o propuestas)
- Acordar los objetivos y la metodología de forma conjunta
- Aclarar preguntas sobre el tema

Fase de información / trabajo

- Compartir información
- Trabajar sobre algo de forma conjunta
- Asesorarse mutuamente
- Probar algo
- etc.

Conclusión / panorámica general

- Resumir los resultados y dejar constancia de ellos (Etherpad/rotafolio)
- Acordar los siguientes pasos
- Desarrollar perspectivas de forma conjunta
- Establecer contactos ;-)

Diagrama 3: Tres pasos para la planificación de una sesión

Al igual que en otras formas interactivas, en los BarCamps también se aplica la “ley de las dos patas”. Cuando una persona no tiene nada más que contribuir a una sesión o no está aprendiendo nada nuevo, puede partir simplemente a la siguiente sesión.

Se puede recurrir a diferentes medios para garantizar la divulgación de los resultados, tanto on-line como off-line (por ejemplo, a través de un sistema de gestión de contenidos, EtherPad, redes sociales, tableros, rotafolio, actas).

Entre las sesiones, se organizan descansos con regularidad para promover el intercambio informal y el establecimiento de contactos. El BarCamp termina en el paso (4) con un resumen de la jornada, comentarios y un encuentro social como colofón.

5 LA CLAUSURA, LA EVALUACIÓN Y EL SEGUIMIENTO DE LOS EVENTOS

Al igual que para algunas personas resulta difícil introducirse en el tema al principio del evento, para otros puede resultar complejo terminar. Por esta razón, resulta importante otorgar un espacio al final de un evento a abordar puntos esenciales como: ¿qué hemos conseguido?, ¿cómo seguimos adelante?, ¿cómo nos mantenemos en contacto? o ¿cuándo estará disponible la documentación del evento? También se debe aclarar cualquier pregunta pendiente. Identificar las lecciones aprendidas y mirar hacia el futuro permite a todos los presentes cerrar el círculo y orienta la concentración hacia la continuación y hacia un “seguir de cerca el tema”. Dar las gracias a todos por el trabajo, la despedida, así como la petición de participar en la evaluación del evento permite dotar de un marco adecuado a la clausura. Tras el evento, sobre todo cuando haya gozado de éxito, resulta importante que el equipo encargado de la organización lo celebre. El empeño y el esfuerzo debe convertirse en valoración de lo realizado. Por último, se deben abordar las tareas todavía pendientes, entre las que cabe destacar:

- Analizar la **evaluación del evento** y extraer lecciones para futuros eventos.
- Preparar la **documentación del evento** y ponerla a disposición para la divulgación de los resultados. Una de las formas más fáciles de proceder es a través de un sitio web del evento o de la página web de la red, en una sección pública o protegida. Ahí deben colgarse las presentaciones, los mensajes en vídeo, los resultados de los grupos por escrito o de forma gráfica, el texto de las ponencias para su lectura, etc. (Müller-Naevecke/Nuissl (2016), (p. 64).

- **También se pueden publicar fotografías** que se hayan tomado a lo largo del evento, si se cuenta con la autorización pertinente (¡cuidado con los derechos de imagen y la protección de datos!). Se puede también divulgar documentación breve y otros medios a través de las redes sociales, como Twitter, Facebook o Instagram (incluso durante el evento). Se debe solicitar por escrito a los participantes su conformidad antes de proceder a la publicación de imágenes.
- Redactar un **informe** para los financiadores o para la red. En dicho documento, se debe presentar el transcurso del evento, el contenido abordado, así como los resultados alcanzados. Se puede completar con datos estadísticos sobre los participantes, la evaluación final, un informe financiero y una lista de ponentes.
- Una **publicación de la jornada** en la que se incluyan las ponencias por escrito. Antes del evento se debe comunicar a los ponentes que, además de su presentación oral, deberán enviar una contribución por escrito, que se destinará a un público especializado más amplio.
- Si pertinente, **lanzamiento de redes** temáticas, regionales o compuestas por personas específicas.

En esta fase, también se debe analizar si se han alcanzado los objetivos fijados para el evento, si el presupuesto ha resultado suficiente, qué retos han surgido y si se solucionaron o no. Se trata de elementos que pueden servir para una mejora continua de la calidad de los eventos en la red de EZA.

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Arnold, R. (2012): Wie man lehrt, ohne zu belehren. 29 Regeln für eine kluge Lehre. Das LENA-Modell.

Arnold, R.; Gómez Tutor, C. (2007): Grundlinien einer Ermöglichungsdidaktik. Bildung ermöglichen – Vielfalt gestalten. Reihe: Grundlagen der Weiterbildung.

Barz H., Tippelt R. (2010): Lebenswelt, Lebenslage, Lebensstil und Erwachsenenbildung. En: Tippelt R., von Hippel A. (eds): Handbuch Erwachsenenbildung/Weiterbildung.

Funcke, A.; Rachow, A. (2016): Die Fragen-Kollektion. Was ist Ihre Lieblingsfrage? Einfache und raffinierte Fragen für Moderation und Training.

Gräßner, G.; Przybylska, E. (2007): The Moderation Method. A Handbook for Adult Educators and Facilitators.

Hunt, D. (1976): Teachers' Adaptation: ‚Reading‘ and ‚Flexing‘ to Students. URL:
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/002248717602700323>
Última visita: 10/03/2019)

Knoll, J. (2007): Kurs- und Seminarmethoden. Ein Trainingsbuch zur Gestaltung von Kursen und Seminaren. 11. Vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage.

Müller-Naevecke, C., Nuissl, E. (2016): Lernort Tagung: Konzipieren, Realisieren, Evaluieren.

Piegat-Kaczmarczyk, M. (2007): Specyfika pracy z grupą międzykulturową In E. Kownacka et al. (Hrsg.), *Podejście wielokulturowe w doradztwie zawodowym* (S. 83–91).

Schüßler I., Kilian L. (2017): Zum Wandel akademischer Lehr-Lernkulturen: Von erzeugungs- zu ermöglichungsdidaktischen Lehr-Lernarrangements. pp. 83-108 En: Griesehop H., Bauer E. (eds): *Lehren und Lernen online*.

Siebert, H. (2006a): *Didaktisches Handeln in der Erwachsenenbildung. Didaktik aus konstruktivistischer Sicht*. 5. Überarbeitete Auflage.

Siebert, H. (2006b): *Methoden für die Bildungsarbeit*.

Szczyrba, B.; Wunderlich, A. (2015): *Methoden*. URL: https://www.th-koeln.de/mam/downloads/deutsch/hochschule/profil/lehre/steckbrief_methoden.pdf (Zugriff: 09.03.2019)

AUTORA



Ilona Arcaro, MA, dirige el departamento de formación continua académica en la Escuela Superior Técnica de Colonia. Sus ámbitos de especialidad son el desarrollo de la oferta, la planificación y la garantía de la calidad en las propuestas de formación continua. Investiga sobre la educación de adultos y desde 2007 enseña, entre otros, sobre los siguientes ámbitos: el diseño didáctico de seminarios, el liderazgo, la moderación, la resolución de conflictos, la gestión de proyectos y la gestión de emociones. Desde 2017, imparte para EZA seminarios sobre el tema: “Seguir caminos nuevos: la introducción eficaz de nuevos métodos en el trabajo de formación”.