

## 1- DESCRIPCIÓN:

Auditorio Barañain Auditorioa, inaugurado en marzo de 2003, es un espacio vivo, pleno de energía e ilusión, capaz de albergar y acoger desde grandes eventos de ópera, teatro y música, hasta grupos nacionales y locales, e incluso dar cabida a eventos empresariales con la calidez y saber hacer que le caracteriza. Desde sus inicios, se ha caracterizado por su capacidad para trabajar en equipo, creando redes y generando sinergias que den valor añadido a sus proyectos. Y, sobre todo, generando valor social en todos y cada uno de sus proyectos, programando y proyectando en colaboración con instituciones públicas, asociaciones y agrupaciones ciudadanas, ONGDs...

A finales de 2015 todo el equipo del Auditorio con su responsable municipal a la cabeza, ponen en marcha un proceso de reflexión que dará como resultado una actualización de su misión, visión, valores y estrategias a implementar. Esta reflexión culmina en la redacción de un documento-plan estratégico con fin en el año 2019 donde se recoge todos los pormenores de los nuevos objetivos.

**A continuación, detallamos brevemente alguno de los puntos más importantes de este plan que está en vigor hasta 2019.**

## 2- MISIÓN, VISIÓN

**Misión:** El Auditorio Barañain Auditorioa se define como: *un centro integral de artes escénicas abierto, que fundamenta su misión en el desarrollo de las artes escénicas no solo desde la difusión y la programación, sino como herramienta de creación y crecimiento personal y social. Para ello, prestará especial atención a la danza, las artes escénicas para la educación, la inclusión social y la atención a las necesidades locales.*

**Su actividad persigue:** *dar servicio a los profesionales de las artes escénicas y a la ciudadanía Navarra en general, con el objetivo de poner en valor la innovación, las artes escénicas desde dentro como vehículo de aprendizaje, de integración y de participación.*

**El Auditorio Barañain Auditorioa, además, no olvida:** *su papel como motor económico, social y cultural de la localidad en la que está ubicado. Dado que es una estructura municipal, tiene el compromiso de prestar servicio a la ciudadanía de Barañain y responder a sus necesidades culturales, integrando a su vez su variado y rico tejido cultural, colaborando y trabajando con los colectivos del pueblo.*

**Visión:** *Queremos ser un centro co-organizado por el tejido socio-cultural de nuestro entorno, de referencia no solo desde la difusión y la programación, sino basado en los valores de innovación, experimentación, participación, creación, pedagogía y, en definitiva, como herramienta fundamental de crecimiento personal y social que dialoga mediante el arte y la cultura como bien común.*

## 3- VALORES Valores:

1.- De compromiso con:

- La cultura local y el Euskara, respecto a su difusión, creación / producción y formación y mediación.
- La sociedad
- La educación, la integración y la igualdad.
- El propio Municipio como motor económico y social.

**2.- De profesionalidad dirigida a la:** creación y a defender la innovación e investigación y la cooperación con entidades, Ayuntamiento, colectivos y compañías.

**3.- De integración en los ámbitos:** sociales, municipales y culturales.

#### **4. DETALLE DE LÍNEAS ESTRATÉGICAS:**

##### **4.1.- LÍNEA ESTRATÉGICA 1.**

##### **Centro Integral de las Artes Escénicas para la vida. InArt.**

Centro de arte para generar experiencias de desarrollo socio-cultural.

**Objetivo estratégico 1:** potenciar la accesibilidad global a la cultura especialmente a las personas con dificultades físicas, sociales, psíquicas y económicas.

##### **Acciones objetivo estratégico 1 :**

1. Estudio y coordinación con Ayuntamiento para una mayor adecuación de salas.
2. Implantación de bucle permanente con 3 canales
3. Modificación web , comunicación redes sociales.
4. Estudio y coordinación con Cermin para accesibilidad.
5. Creación de descuentos especiales para personas con menor accesibilidad a la cultura (Perceptores de renta básica, parados y jóvenes).
6. Buscar acuerdos con otras entidades para descuentos (servicios sociales, entidades participantes en crecer con arte)

**Objetivo estratégico 2:** Impulsar el arte y la cultura como herramienta terapéutica y de inclusión, favoreciendo principalmente a jóvenes y mujeres dentro del programa Crecer con Arte. Este programa trabaja la integración social con las artes escénicas como herramienta de mediación. Cuenta con profesionales de la arte terapia y las artes escénicas y participan en él diversos centros formativos de Navarra que imparten formación como los talleres profesionales y programa de currículo adaptado (El Programa de Currículo Adaptado es una medida destinada al alumnado que presenta desajustes de conducta e inadaptación que interfieren en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Este programa propicia el desarrollo de las competencias básicas con el fin de alcanzar los objetivos generales de la ESO)

##### **Acciones objetivo estratégico 2:**

1. Ampliar Crecer con Arte en diferentes talleres profesionales( Centros de F.P. Básico y F.P. medio, Asociación Autistas , Síndrome Down...)
2. Realizar contactos para la inclusión de otros colectivos que puedan beneficiarse de la Arteterapia (Colectivo senegalés Barañain, Asociación de mujeres, etc...) Jornadas de poner en valor las artes escénicas por la inclusión.
3. Reunión con Educación y bienestar social para coordinación y colaboración.
4. Conseguir fusión –interacción de colectivos en riesgo con otros que no estén en riesgo de exclusión (en 2017 entra a participar el bachillerato de artes escénicas)

#### 4.2.- LINEA ESTRATEGICA 2

**ONArt:** Espacio cultural de mediación educativa a través de la exhibición y participación para la infancia, juventud y familia.

**Objetivo estratégico 3:** Ser mediadores con los centros educativos mediante la dotación de herramientas de artes escénicas para el desarrollo de la persona.

##### **Acciones objetivo estratégico 3:**

1. Propuestas de artes escénicas para escolares ampliando disciplinas y nº de niños. Cubrir todo el espectro de educación obligatoria (infantil, primaria, secundaria) con una oferta de artes escénicas que se adapte a las necesidades educativas.
2. Reunión con profesorado pre y post funciones para establecer necesidades, objetivos, metodología de trabajo, guías educativas y feedback posterior a la actividad.
3. Colaboración con Obra Social la Caixa para que cubra parte de la oferta mediante sus conciertos didácticos y propuestas consensuadas con Auditorio Barañain. (el resto de la oferta hasta cubrir necesidades de todo el ciclo se cubrirá con los recursos asignados al proyecto OnArt.
4. Reunión con departamento de educación para coordinar acciones.
5. Co-producciones con centros escolares. (Ikastola Jaso, instituto Alaitz...). Se continuará con la colaboración en la producción de eventos con estos centros y con la formación de los participantes en las mismas no solo en las disciplinas artísticas sino también en labores técnicas, escenario, sala...

**Objetivo estratégico 4:** impulso de las artes escénicas para la familia y juventud mediante programación específica y acciones de mediación.

##### **Acciones objetivo estratégico 4:**

1. Toda programación enmarcada dentro de la rama OnArt se complementará con
2. acciones de mediación tales como talleres para la participación en familia, talleres infantiles destinados a la comprender y/o profundizar en la obra o disciplina artística. Estas acciones serán gratuitas.
3. Puesta a disposición de las familias en la página web de las guías didácticas de las funciones ofertadas.
4. Se ha habilitado un rincón en el hall del auditorio (Txiki-txoko) en el que se desarrollarán las actividades previas a las funciones y que está disponible también del lunes a viernes con material de artes plásticas y libros que fomenten un punto de encuentro y creación de los niños y niñas.
5. Bajada y unificación del precio de la oferta infanto-familiar a 6 euros precio general y y euros para compras de más de 4 entradas buscando que se acuda en familia/grupo.
6. Reuniones con diferentes Apymas para difundir los eventos, valorar propuestas, recoger valoraciones...

#### 4.3.- LINEA ESTRATEGICA 3

**Periferia:** Nafarroako Dantzagunea - Danza espacio Navarra.

**Objetivo estratégico 5:** fomento de la creación y la investigación con el sector profesional de la danza y sus distintos agentes.

**Acciones objetivo estratégico 5:**

1. Creación de convocatorias de residencias artísticas de investigación, creación y producción tanto de danza contemporánea como de otras disciplinas de danza. Estas convocatorias contarán con cesión de espacios, dotación económica y puesta a disposición de la dotación técnica (personal y material) del espacio para la creación de la muestra final.
2. Documentación del resultado de todas las residencias creando un archivo de vídeo de las mismas.
3. Asesoramiento a los distintos profesionales de la danza en: redacción de proyectos, convocatorias de ayudas de otras instituciones, asesoramiento técnicos, planes de comunicación o dossiers para divulgación.
4. Cesión de salas de ensayo a profesionales en función de disponibilidad.
5. Oferta de formación para profesionales por medio de masterclasses de los artistas que acuden dentro de la programación.
6. Colaboración mediante acuerdos y convenios con distintos festivales (**Festival DNA, Festival danzad maltidos.**) ¿???????
7. Establecer alianza con espacios de danza de otras Comunidades.

**Objetivo estratégico 6:** divulgación de las diversas manifestaciones de la danza orientada a la creación de públicos.

**Acciones objetivo estratégico 6:**

1. Programación estable y específica de danza en sus diversas manifestaciones con especial atención a la danza contemporánea y lenguajes innovadores.
2. Complementos de mediación (actuaciones promocionales en la calle, encuentros con el público, talleres...)
3. Aula-escena: oferta de danza en todas sus variantes para el sector amateur.
4. Pertenencia a Haizea (Asociación por la danza en Navarra) con la que se crearán propuestas como la celebración del día internacional de la danza, los rincones de la danza, talleres inter academias, acciones de calle...
5. Una acción anual de intervención directa en varios centros (de nuestra localidad y otras) en la que profesionales de la danza trabajarán directamente con la comunidad educativa (alumnado, profesorado, padres y madres) y por la que se utilizará la danza como elemento transversal en distintas asignaturas. Además los distintos grupos de alumnos crearán una pieza propia con ayuda de los profesionales que se representará compartiendo escenario con la compañía. Dantzabidea.

**4.4.- LINEA ESTRATEGICA 4**

**BñB (Barañain bizi):** Lugar de encuentro y participación de la ciudadanía de Barañain. Cuenta con 2 ramas, BñB genérica y BñB local. La primera pretende satisfacer la demanda cultura de la población e Barañain y la comarca. La segunda, trabaja con, para y desde sus colectivos y tejido social.

**Objetivo estratégico 7:** fortalecer la relación con el municipio/Ayuntamiento.

**Acciones objetivo estratégico 7:**

1. Reuniones periódicas con las distintas áreas del Ayuntamiento (Cultura, Baragazte, Educación, Servicios Sociales, Biblioteca , etc... )
2. Incremento del número de días de cesión del espacio a las distintas áreas de 4 a 15 .
3. Colaboración en la creación de propuestas para la ciudadanía.

**Objetivo estratégico 8:** diseñar puentes de colaboración con los diferentes colectivos socioculturales.

**Acciones objetivo estratégico 8:**

1. Mapeo de los colectivos culturales de Barañain.
2. Establecimiento de un proceso participativo encaminado a generar una oferta acorde a las necesidades de la población. **Se reservan 2 fines de semana al año para realizar una programación participativa** con los distintos segmentos (jubilados, jóvenes, infancia...)
3. Creación de mesas de opinión.
4. Dar espacio a los artistas locales.

## **5.- OBJETIVOS ESTRATEGICOS TRANSVERSALES**

### **5.1.- Acciones para incremento de público**

- Creación de nueva política de precios/descuentos para diferentes segmentos.
- Creación de la figura de socio del auditorio con visitas guiadas, participación en acciones de mediación, periodo preferente de compra, encuentros con las compañías, mesas de opinión...
- Impulso especial de la difusión, modificación de la web, redes sociales...

### **5.2.- Acciones para impulso de colaboración con otras entidades**

- Convenio con Tudela en relación a programación, actividades de mediación y residencias.
- Colaboración con el Departamento y participación en sus programas.
- Participación en programas de las redes de teatro estatal y navarra.
- Colaboración con Dantzagune de Gipuzkoa.

### **5.3.- Ejecución del plan estratégico:**

Todo el plan estratégico cuenta con una planificación de asignación de tareas, cronograma, herramientas de seguimiento y evaluación, presupuesto y plan de difusión.

El proyecto **Proyecto Auditorio Barañain Auditorioa 2018** está enmarcado dentro de este plan estratégico y todas las acciones (programación mediación, formación, residencias...) responden a los objetivos del mismo estando cada actividad enmarcada en una de sus ramas (InArt, Onart, Periferia, Bñb)

## **6.- PLAN DE DIFUSIÓN AUDITORIO BARAÑAIN AUDITORIOA**

### **Introducción:**

**Cambio de proyecto.** El año 2016 ha supuesto un año de transformación de un auditorio que, a lo largo de toda su trayectoria, se ha fijado especialmente en la formación, en la exhibición y en el público. Fruto de un análisis de las capacidades y fortalezas propias y de las necesidades sociales y artísticas, y sin olvidar nunca los tres pilares ya mencionados, se determina que en lo sucesivo, la actividad de este centro se centrará también en creación, producción y participación.

**Y todo ello se concentrará en cuatro líneas estratégicas que se comienzan a desarrollar: Onart (Infancia y Juventud), Inart (inclusión), Periferia (danza) y BñB (Barañain).** Todo esto exige también un cambio de comunicación, tanto en estrategias como en mensajes y pasando por soportes.

Siempre con la vista puesta en la localidad en la que está ubicado, en los artistas locales y en el público llegado desde todos los puntos de la comunidad foral, el objetivo principal es la de apostar por una cultura de calidad puesta al servicio de la sociedad. Para ello se trabajará con el firme propósito de hacerle partícipe.

### Primeros pasos:

**Logotipo (arriba derecha).** Proyecto nuevo = Imagen nueva. Esa es una fórmula matemática que quisimos cumplir, así que lo primero que hicimos fue crear nuevos logotipos que representaran los que queríamos contar.

**Genérico:** Lo primero que se decidió fue la imagen del proyecto global. Para eso se respetaron los colores corporativos heredados de los trece años de andadura, se remarcó el nombre de la localidad con la que queríamos que se nos identificara y con la que habíamos conseguido hacer marca entre la ciudadanía y se reflejó en imagen el edificio del Auditorio.



**Líneas estratégicas:** Las líneas estratégicas se siguieron representando con un logotipo muy parecido al que se venía utilizando hasta el momento y que era fácilmente reconocible por la ciudadanía. En él se representaba un perfil del edificio con las esquinas redondeadas, para transmitir una imagen más amable.

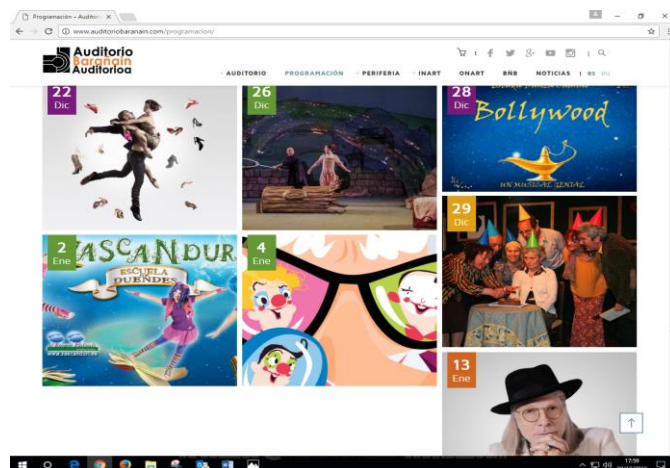
Se deconstruyó ese logo en cuatro piezas que evocaban a las cuatro líneas estratégicas del nuevo proyecto (para reflejar que cada una de ellas era importante en sí misma y que unidas representaban un todo) y se situó en la parte central una circunferencia que representaba un foro, una plaza en la que las personas tenían cabida para intercambiar opiniones y sentimientos.

Se consensuó un código de color para identificar cada una de esas líneas y ese mismo tono se aplicó en la “A” mayúscula de los cuatro nombres. Una A que en realidad representaba un tejado, una casa que daba cobijo a todos los amantes de la cultura que se sintieran identificados con nuestra marca, unas personas que quedan representadas en el grafismo de los diferentes nombres (por eso la i se escribe con punto, como alegría a la forma humana).



**Nueva web.** Respecto a las herramientas decir que se ha estrenado una nueva página web que pretende ser accesible, clara y concisa. Lo que se busca es la notoriedad, la visibilidad y la calidad.

- Para ello primero la hemos hecho responsiva, para que se adapte a cualquier dispositivo móvil.
- Lo que buscamos ante todo es que también sea accesible, es decir, que su utilización sea muy intuitiva y que el acto de la compra sea sencillo.
- Pero también queremos convertirnos en referente y que el público hable de nosotros, por lo que actualizamos constantemente las noticias que fortalecemos con enlaces para conseguir una mayor indexación y mejor posicionamiento.
- Perseguimos dar un aspecto de modernidad y utilidad para todos los públicos.
  - o Por eso también hacemos especial hincapié en el bilingüismo, para que el usuario elija el idioma que más le interese, euskera o castellano.
  - o Situamos también en la parte superior de la página nuestras redes sociales, para entablar conversación con nuestros públicos, y en la parte inferior nuestro contacto directo de mail y teléfono para que quien lo desee pueda hablar personalmente con nosotros.
  - o Y junto a estas redes sociales aparece también, bien visible, el icono de la compra, para facilitar el trámite que el usuario quiere cumplir.
  - o En cuanto a los contenidos, casi todos son fáciles de encontrar a través de distintas vías. Así, el que busca a través de la programación un evento, podrá localizarlo sin dificultad, al igual que el que busca ese mismo evento a través de la rama que más despierte su interés.



**Redes sociales:** En todo este esfuerzo por actualizar y modernizar nuestras herramientas de comunicación, las redes sociales han tenido un papel determinante. Como ya queda dicho, están integradas dentro de nuestra propia página web, pero al margen de ella también han ido tomando personalidad y han crecido con independencia.

**Facebook:** Con cerca de 7.000 seguidores, es un buen escaparate para nosotros. No obstante hay que dejar muy claro que no perseguimos la cantidad sino la calidad. No nos importa tener más o menos seguidores, sino que los que tengamos interactúen con nosotros, se conviertan en público, en embajadores, etc.

Este año hemos empezado a invertir en anuncios publicitarios que nos han posibilitado mayor alcance de nuestras publicaciones. También hemos creado vídeos para presentar nuestra programación y varios eventos concretos, hemos interactuado con los artistas y hemos seguido muy de cerca la reacción de nuestro público. Para ellos hemos hecho un estudio de sus perfiles para conocer, su edad, su sexo y sus horarios con el fin de optimizar el impacto de nuestros post.

Y, por último, hemos calendarizado nuestras publicaciones, para que siempre haya presencia en redes, a pesar de no estar nosotros en la oficina.

**Twitter:** Con cerca de 2.500 seguidores, es otro escaparate principal para nosotros. Se puede decir que se ha seguido una estrategia muy similar a la desarrollada en el Facebook, con estudio de nuestro público y de sus horarios, calendarización de publicaciones y creación de contenidos muy visuales. Siempre hemos perseguido crear conversaciones entre ellos, nosotros y los artistas. En la actualidad tenemos cuatro listas definidas: artistas, espacios, medios de comunicación y cursos, y esperamos ampliarlas en lo sucesivo.

**Youtube:** Esta herramienta la hemos potenciado con acciones concretas dirigidas, sobre todo, a gente joven, y que después pasaremos a detallar.

**Instagram:** Es nuestra red más joven ya que ha sido abierta este mismo año. En su corta trayectoria ya cuenta con más de doscientos seguidores y nuestros esfuerzos se encaminan a ampliar ese número. Y más teniendo en cuenta de que es la red de moda entre los adolescentes y jóvenes, un público al que queremos llegar a través de nuestras iniciativas y nuestra programación.

**Google +:** Es una herramienta que aún nos resulta árida por no encontrar a casi ningún seguidor en ella, pero es estratégica para el posicionamiento de nuestra web. Por eso está creada y está siendo alimentada, aunque nuestros esfuerzos no están volcados en ella.

**Nuevos públicos:** Dentro de la estrategia de comunicación marcada nos ha parecido indispensable que el departamento de comunicación vaya de la mano con el de creación de nuevos públicos y que se acometan acciones conjuntas en pos de mejorar nuestra relación con nuestros usuarios.

**Newsletter:** Con más de 2.500 suscriptores a nuestra newsletter, este año se ha decidido segmentar los públicos y hacer diferentes listados a los que enviar la información.

También se ha calendarizado el envío que se ha concretado como sigue:

- A finales de mes envío de newsletter masivo a todos los suscriptores anunciando la totalidad de la programación a desarrollar en el mes venidero.
- Martes de cada mes envío de newsletter temáticas que respondan a la segmentación de nuestra base de datos.

Gracias también a la gestión de nuestro propio sistema de venta de entradas, y por ende, de nuestra propia base de datos, también nos es posible enviar newsletter temáticas al público que ha acudido con anterioridad a espectáculos de temática similar a la anunciada, a pesar de que sus nombres no estén incluidos en la suscripción antes mencionada.

**Audikides:** Este año también hemos querido fortalecer la figura del Audikide, amigo del Auditorio. Para ello hemos lanzado una comunicación exhaustiva con nueva política de precios pensada para ellos y nuevas acciones entre las que prima la programación participativa, las visitas guiadas, etc. Nuestro objetivo es acercarlos a nuestro espacio, que lo sientan suyo, que se identifiquen con él y que después se conviertan en prescriptores.



**Herramientas de comunicación físicas:** Pero esa modernidad no está reñida con las herramientas tradicionales que durante años a nosotros nos han resultado tan útiles. Este año hemos hecho especial hincapié en probar algunas que hasta ahora no habíamos probado y en fortalecer otras que sabíamos que nos funcionaban:

**Cartelería:** Muchos de los gurús de la comunicación critican esta práctica nuestra por considerarla pasada de moda. No obstante, según el resultado de las encuestas realizadas a nuestros usuarios, nos consta que muchos de ellos conocen de nuestra existencia y de nuestra programación a través de la cartelería que colocamos en Barañain y en Pamplona (preferentemente Casco Viejo).

**Folletos de programación:** Tanto en octubre como en febrero editamos el folleto con nuestra programación. En total 12.000 ejemplares que distribuimos en todos los hogares de Barañain, Echavacoiz Norte y en el centro de Pamplona, tanto a través de reparto en mano entre los viandantes, como a través de reparto en puntos estratégicos y comercios de la ciudad. Este año hemos cambiado el diseño buscando también un cambio de imagen más actual.

**Marquesinas:** Esa misma programación la hemos reflejado en grandes carteles que hemos colocado en marquesinas estratégicamente situadas. Este soporte ha sido novedoso para nosotros, ya que hasta el momento no lo habíamos utilizado, y ha tenido una gran repercusión.

**Mantelería:** La misma imagen utilizada en las marquesinas, y con ánimo de dar una imagen de uniformidad, es la que hemos utilizado en una serie de manteles de papel que hemos distribuido en restaurantes de Barañain y Pamplona. Pero por el contrario a lo ocurrido con aquellas, el retorno de los manteles no ha sido positivo.

## Publicidad medios de comunicación

La relación que mantenemos con los medios de comunicación tradicionales siempre ha sido fluida y así queremos que siga siendo. Nuestros esfuerzos se han destinado a ello y se han abierto nuevas vías.

**Periódicos:** En años anteriores manteníamos convenios con algunos periódicos por los que nos cedían mancha publicitaria a cambio de entradas. Sin embargo, los criterios han cambiado y ya no se trabaja tanto en ese sentido (aunque para ciertas acciones puntuales se mantiene la colaboración).

No obstante, hay que reseñar que en este último año hemos conseguido nuevas colaboraciones con productos relacionados con los periódicos. Así, hemos entrado en la red de suscriptores del Diario de Navarra, a través de la cual se les ofrece descuentos y otras ventajas, y en la red de amigos del diario Berria, que además nos favorece la inclusión en un medio que sobrepasa los límites geográficos de Navarra, algo muy interesante para según qué espectáculos.

Este año, y también por primera vez, hemos invertido en publicidad en la presentación de nuestra programación, con la misma imagen de marquesinas y mantelería, lo que transmite un mensaje de unidad, coherencia y, sobre todo, facilita al público la identificación de nuestra marca.

**Radio:** La experiencia nos dice que la radio es un medio muy efectivo a la hora de anunciar eventos relacionados con el humor y la música. Este año hemos realizado campañas publicitarias con la SER y la Cope con grandes ventajas y descuentos, fruto de la buena relación establecida con sus responsables.

### Relación con medios de comunicación

Pero si es importante las ventajas en precios que nos ofrecen los medios, aún lo es más la buena relación que mantenemos con ellos y que nos permite un contacto directo con los periodistas. Esto nos permite que podamos contar con su complicidad a la hora de reservar un hueco en sus espacios para incluir información sobre nuestra programación o que respondan de manera satisfactoria a nuestras convocatorias.

Toda la información que les enviamos está también calendarizada:

**Eventos susceptibles a realizar entrevista:** Se envía una nota de prensa la semana anterior del evento con el contacto correspondiente.

**Otros eventos:** Se envía una nota con la foto respectiva antes del miércoles de la semana en la que se va a desarrollar el evento para que se pueda publicar en los suplementos culturales que se publican el viernes.

**Programación:** En octubre y febrero, el día anterior al lanzamiento de la nueva programación se consulta con los periodistas la carga informativa de la jornada y se les avisa que a lo largo del día se va a enviar información acerca de la programación para que reserven espacio.

**Ruedas de prensa:** Se convocan, por lo general, los martes a las 10.30. Se escoge ese día para que los periodistas estén liberados de plenos de ayuntamiento y comparencias parlamentarias, además de citas deportivas, y esa hora para que las radios lleguen a tiempo a la desconexión del mediodía, la televisión al informativo y los periodistas de prensa escrita no se vean perjudicados en demasía en su jornada laboral que en teoría sólo cumplen a la tarde.

No obstante, somos conscientes de que los recursos de los medios son cada vez más exigüos por lo que les es difícil cubrir las ruedas de prensa.

Por eso, después de la celebración de cada una de ellas se envía una nota a cada medio y un pequeño resumen de lo expuesto en ella. En ocasiones también se twittea para que tanto periodistas como público en general tengan posibilidad de seguir en tiempo real todo lo que acontece en ella.

Este año hemos conseguido que la mayoría de las radios puedan realizar entrevistas telefónicas a los protagonistas de las ruedas de prensa al término de las mismas.

### Relación con otras empresas e instituciones

Además del público que puede acudir a nuestros eventos, existe otro público potencial que no queremos descuidar: las empresas. Tal y como queda reflejado anteriormente, somos un espacio alquilable, que puede cubrir las necesidades de muchas firmas. Por eso la estrategia de comunicación de este año también se ha volcado en ellas.

**Folleto tarifas:** Una de las herramientas creadas en esa dirección ha sido el folleto virtual sobre tarifas de nuestro espacio. Queremos que se sepa que nuestro escenario y nuestras dependencias se pueden alquilar y para ello hemos elaborado un folleto al uso, que se puede imprimir y tener en papel, pero que en su versión on-line cuenta con varios vínculos que favorecen la ampliación de la información. Otro intento más de mostrar cierta imagen de modernidad a nuestro espacio.

**Foros con empresas:** Este año hemos acudido a distintos co-working con empresas de dentro y fuera de nuestra comunidad con el propósito de darnos a conocer y de dar a conocer las ventajas que ofrece nuestro espacio.

En este aspecto también hemos llegado a acuerdos con hoteles que ofrecen entre sus clientes descuentos de nuestros espectáculos. De esta manera ampliamos nuestra influencia comunicativa ya que comparten información a través de nosotros a través de las newsletter que envían entre sus clientes, al tiempo que nosotros también ampliamos nuestra oferta de ventajas entre nuestros seguidores, puesto que estos hoteles nos permiten entrar en círculos concretos de clientes VIP.

**Kulturbus:** También hemos favorecido la relación con otras entidades artísticas, como puede ser Gayarre, Baluarte y MUN, a través de una herramienta de comunicación atípica: un autobús. Kulturbus es un proyecto que persigue hacer llegar la cultura a la gente de la calle (preferiblemente usuaria del transporte público) a la que se le transmite la idea de unidad entre espacios, de que no hay distancias para disfrutar de experiencias culturales y de que un patio de butacas es un lugar totalmente accesible para todos.

**Instituciones:** En nuestro esfuerzo por darnos a conocer hemos acudido también a distintos departamentos del Gobierno de Navarra, diferentes al de Cultura, para que conozcan lo que hacemos y valoren la posibilidad de acciones conjuntas.

## COMUNICACIÓN ONART

- **ARTES ESCÉNICAS PARA ESCOLARES**

Bien es sabido que en Auditorio Barañain se han desarrollado durante años varios conciertos escolares. Se ha convertido en una referencia para los centros escolares y para las familias. Por esta razón, a partir de ahora se va a intensificar la oferta de espectáculos dirigida a centros educativos y se va a completar con guías didácticas para que el goce de las artes escénicas no se limite al mero hecho de la exhibición.

Todo ello exige una comunicación con todos los centros escolares, tanto en euskera como en castellano, que primero se realiza a través de un e-mailing masivo a todos los centros navarros y después a través de un seguimiento telefónico. El e-mailing se envía a finales de junio, para que los profesionales puedan verlo antes del comienzo de sus vacaciones y después se repite el primer día lectivo de septiembre para que lo retomen. La comunicación telefónica se realiza na semana después. Se crea una herramienta en google drive para favorecer la inscripción de los escolares. Se traducen las guías didácticas en caso de que sean necesarios y se les envía a todos los centros interesados.

Y se convoca una reunión previa al evento en la que participan profesionales docentes y los creadores del material didáctico que son los que explican las claves para optimizar ese material. Los días previos al evento se mantiene contacto directo con los centros participantes que en todo momento tienen una persona de referencia y saben quién es su interlocutor.

**Espectáculos familiares:** Paralelamente a esta oferta este año también se ha potenciado la realizada a las familias con el envío, en ocasiones, de guías didácticas. También se ha trabajado con asociaciones de padres y madres.



**Mediación de públicos:** Este año se ha creado el Txiki-Txoko en nuestro hall para desarrollar en él espectáculos, talleres y programas para que disfrutar de una función en el auditorio suponga una experiencia inolvidable y ayude a la formación en valores y desarrollo personal.

Estas actividades se han incluido en toda la estrategia de comunicación desarrollada este año, puesto que nuestro objetivo es la de transmitir a la ciudadanía que somos un espacio que hace especial hincapié en crear cantera de público.

- **COLONIAS:**

Las artes escénicas son un bien que hay que interiorizar y conocer desde edades tempranas, ya que los valores y la sensibilidad que a través de ellas se pueden aprender, favorecen al desarrollo personal del futuro adulto.

Con este objetivo Auditorio Barañain, en colaboración con la escuela Bayaderos, organiza en los meses estivales, en la Semana de Pascua y, en ocasiones, también en navidad, colonias de artes escénicas dirigidas a niños y niñas de entre 3 y 12 años. Música, danza, teatro y artes plásticas son las disciplinas trabajadas en estas colonias que cuentan con gran aceptación por parte del público. La comunicación que se ha realizado este año en referencia a este tema ha estado centrada en la colocación de carteles en Pamplona y Barañain, en la potenciación de la información a través de las redes sociales y de la web y en la creación de la herramienta de Google-Drive que facilite la inscripción de los chavales.

El envío de boletines y de mails se ha centrado en antiguos alumnos.

- **COLABORACIÓN CON OTROS CENTROS:**

**Han-Hemenka:** Como todos los años Auditorio Barañain ha participado en la producción del musical de la ikastola Jaso "Han-Hemenka". Teniendo en cuenta que la obra estaba protagonizada por adolescentes nuestra comunicación ha ido enfocada a utilizar sus medios, por lo que hemos potenciado el uso de redes sociales para lograr la interacción con ellos. No obstante, y teniendo en cuenta que los padres también son un público al que se pretendía llegar, también se han utilizado los medios de comunicación habituales, pero con otro lenguaje y asiduidad.



**Alaitz Instituttoa:** También se ha realizado con ellos otra producción y se ha procedido de la misma forma que en el caso anterior.

**Escuela de música de Barañain:** Somos conscientes de que hay que adaptarse a nuestro público potencial y que cada uno utiliza diferentes herramientas. En el caso del alumnado de la escuela de música la comunicación ha sido directa y personal .

**Biblioteca Barañain:** Este año también hemos participado en el maratón de cuentos organizado por diferentes agentes culturales de la localidad y hemos adecuado la estrategia de comunicación al público objetivo del momento.

Así, cuando lo que se quería era conseguir la participación de colegios e institutos, se ha convocado a sus responsables a diferentes reuniones; cuando lo que se pretendía era captar voluntarios para contar los cuentos, se han utilizado las redes sociales; y cuando lo que se ha pretendido es que la ciudadanía en general conociera la iniciativa se ha enviado una nota de prensa a los medios y se ha publicado información en la web.

## COMUNICACIÓN INART

Los programas de inclusión que se han desarrollado en el auditorio han servido para ganar el reconocimiento de usuarios y profesionales del medio. En la actualidad se está trabajando en el fomento de un centro de artes escénicas por la inclusión en el que los alumnos descubran nuevas herramientas de lenguaje, expresión y comunicación a través del hip-hop, rap, teatro y cine.

Todo esto se refuerza con una serie de espectáculos que, por lo general, dan oportunidad de crear debates, encuentro con artistas, etc. y de jornadas y otras actividades dirigidas a profesionales.

- **CRECER CON ARTE:**

El proyecto plantea la participación de una serie de entidades artísticas, sociales, educativas y de inserción social, que puedan sumarse a los programas de formación en artes escénicas en función de la demanda de los colectivos que atienden o con los que trabajan, de sus características y de sus necesidades específicas.

La mayoría de los participantes son adolescentes que queremos que se sientan orgullosos de lo que hacen y que puedan contar con los recursos necesarios para darlo a conocer. Por eso las redes sociales han tenido especial importancia en este proyecto.

**Youtube:** Con esta iniciativa hemos dotado de un contenido especial a nuestro canal de Youtube. En él hemos volcado casi todo el proceso creativo, además de varios vídeos con resultados finales. Estos vídeos han conseguido gran visibilidad ya que se han compartido a través de las redes sociales de los propios protagonistas.

**Invitación masiva:** En la presentación de los distintos trabajos se han enviado invitaciones a diferentes colectivos: los centros participantes, familias, medios de comunicación, instituciones, empresas, entidades. La respuesta siempre ha sido muy buena.

**Otras acciones:** Este proyecto se ha querido lanzar fuera de nuestro edificio y para ello se han acometido diferentes acciones comunicativas, como la proyección de un corto realizado por los propios chavales y un posterior cineforum en diferentes centros educativos, que pretendía mostrar

el trabajo realizado. Esta acción cumplía doble función, ya que además de cubrir la misión comunicativa entre los propios adolescentes, contribuía a crear contenido susceptible de ocupar los espacios informativos de los distintos medios.

### **COMUNICACIÓN PERIFERIA:**

La danza siempre ha sido una de las disciplinas más mimadas en el auditorio. Aulaescena siempre ha sido la apuesta de este espacio a favor de la formación en danza. Además, la asociación por la danza Haizea nació entre las cuatro paredes del auditorio que, además, fue uno de sus mayores impulsores.

A partir de ahora lo que se pretende, además, es dar cobijo a las compañías y a sus creaciones. Residencias para profesionales, master class, talleres y espectáculos.

Todo ello contribuye a que nos hayamos convertido en un referente dentro de la danza en Navarra y que los medios de comunicación acudan a nosotros con el objeto de conseguir información y/o opinión.

- **AULAESCENA:**

En este proyecto albergamos los cursos de cuatro escuelas de danza: **Arantxa Villanueva, Bayaderos, Dinamo Danza, y Kon-Mozion.**

A principios de septiembre se lanza siempre una serie de folletos con la oferta de cursos. Las inscripciones se realizan a través de los propios profesores. Tanto en sus páginas webs como en la nuestra propio colgamos también la información referente a esta oferta y en la vitrina de la parte de nuestro edificio la cartelería ocupa un lugar predominante con el ánimo de llamar la atención al respecto.

Este año, además, se ha hecho una comunicación a los alumnos y a los profesores para que se vean favorecidos con descuentos especiales en los eventos de danza que se desarrollan en nuestro espacio.

La información correspondiente a esos eventos les llega a través de la newsletter específica de danza que reciben puntualmente, además de la cartelería que se coloca, especialmente dirigida a ellos en el ascensor que utilizan para el acceso a sus clases.

- **HAIZEA ELKARTEA:**

Auditorio Barañain fue el gran impulsor de la creación de la Asociación por la danza en Navarra Haizea, en colaboración con distintas escuelas de danza de Navarra. En la actualidad sigue siendo la sede de la asociación y uno de sus miembros activos. Entre sus actividades destaca la celebración del **Día Internacional de la Danza:**

Todos los años, y con este motivo, se convoca una rueda de prensa que suele tener buena respuesta de medios. Este año, además, se ha hecho un seguimiento de los rincones de la danza, se han realizado varias fotos que se han enviado y que se han convertido en fotonoticia, consiguiendo así a dar más relevancia al día, a la actividad y a la asociación.



- **FESTIVALES DE DANZA:** Auditorio Barañain ha participado este año en otros

festivales de danza, como el DNA promovido por Gobierno de Navarra. Para este festival sea reforzado el esfuerzo comunicativo. Se ha compartido e interactuado con los propios organizadores la información colgada en redes, se ha colocado un roll-up en el hall anunciando el festival y se ha

enviado a los medios información exhaustiva de cada actividad. Además se ha colocado cartelería y se ha trabajado en un amplio documento gráfico que se ha ido compartiendo y divulgando. Se realizó también una acción de calle por la que algunos bailarines hicieron una pequeña muestra en el mercadillo de la localidad para gran asombro de los viandantes. Se aprovechó la ocasión para repartir flyers y para anunciar el próximo evento organizado para el día siguiente.

- **TALLERES DANZA:** Siguiendo con el interés por la formación al que antes nos

referíamos, a lo largo de este año hemos realizado también varios talleres, algunos dirigidos a profesionales, otros a público en general y otros a niños. Para cada uno de ellos se ha utilizado una estrategia de comunicación diferente, adecuando cada canal al público objetivo.

- **PROYECTO EN COLABORACIÓN CON LA CÍA DANTZAZ:**

La compañía Dantzaz y nuestro proyecto Periferia Nafarroako Dantzagunea pretenden seguir por la buena senda emprendida ya el pasado año y poner en marcha una experiencia de creación, mediación y con la colaboración de varios centros escolares. La comunicación que se lleva a cabo con estos centros es totalmente personalizada y presencial, con encuentros y reuniones. Y la comunicación que se desarrolla luego ante los medios pasa por una rueda de prensa y por un envío constante de material en el que se recoge, sobre todo, el proceso de creación. Este material también se facilita también a las familias y a los propios alumnos que después lo comparten en sus propias RRSS. Para nosotros es algo muy beneficioso ya que nos da una imagen de cercanía y de modernidad.

- **RESIDENCIAS DE DANZA:** Desde noviembre 2016 se están desarrollando

diferentes residencias de danza en Auditorio Barañain con el fin de desarrollar la investigación en los proyectos de los artistas. La convocatoria se publica en nuestra web y se envía a nuestra base de datos de los profesionales de la danza.

A los elegidos se les da la confirmación telefónicamente y el resultado se publica después en los medios de comunicación. La muestra final se suele anunciar también a través de los medios de comunicación y la invitación para que los interesados acudan a verla se suele realizar a través de la newsletter temática que se envía al listado de danza. Esta muestra, por lo general, se suele grabar y editar en vídeo. Un vídeo que después se envía a los propios artistas y que se utiliza como promoción ante las instituciones y el público en general.

## **COMUNICACIÓN BÑB**

No podemos olvidar que Barañain es la localidad en la que el auditorio está ubicada. Su ciudadanía merece una programación de calidad y ese es un servicio que no se puede obviar. Pero, además, en lo que se va a trabajar a partir de ahora, y en lo que se va hacer especial hincapié, va a ser a abrir las puertas a todos los agentes culturales de la ciudad: instituciones, colectivos, asociaciones... Trabajar con ellos en organizar eventos y en involucrar a niños y mayores en un trabajo en equipo que puede redundar en beneficio de todos.

- **ARTISTAS LOCALES:** Auditorio Barañain siempre ha favorecido el desarrollo

de los artistas locales y siempre ha facilitado su presencia sobre el escenario. Por eso la comunicación con ellos es muy fluida y cordial. Por lo general, todos los espectáculos en los que ellos participan suelen ser de fácil promoción, ya que cuentan casi siempre con fieles seguidores. Por eso se hace indispensable la interacción con el propio artista en redes, para conseguir visibilidad entre sus seguidores.

Muchas veces se encargan ellos mismos del marketing y de la publicidad y desde aquí se les apoya en cuestiones logísticas de pegada de carteles, envíos de notas de prensa, etc. Si no tiene contactos en los medios de comunicación también se le facilita el acceso, aunque por lo general sí que lo tiene. En el caso de los espectáculos protagonizados por artistas locales nuestro tono en la comunicación, ya que lo que transmitimos no es que va a haber un espectáculo, sino que nos sentimos muy honrados de que un artista de casa nos haya escogido a nosotros para exponer su trabajo y que somos sus colaboradores, sus aliados para que la puesta en escena sea inmejorable.

- **CULTURA POPULAR:** El euskara y la cultura popular siempre han sido una de

las notas predominantes de la programación de este espacio, especialmente sensibilizado con estos aspectos del acervo cultural. Para ello nuestra comunicación siempre está encaminada a invitar a los colectivos culturales a utilizar nuestro escenario y a proponer sus proyectos para que puedan tener cabida aquí.

Una vez que se concreta la actuación, las vías de comunicación que se utilizan a la naturaleza del evento. Así, si el espectáculo es de danza se envía un e-mailing a todas las compañías y grupos de danza de la comarca (tal y como se hizo con la actuación del grupo de dantzak Oberena, el 3 de diciembre, que quiso celebrar en el Auditorio Barañain su 75 aniversario con el espectáculo “75 urte Dantza Eraikiz Oberena”), y si es de cantautores, se hace lo propio con la asociación de cantautores o de poetas. También se utilizan los canales de siempre: medios de comunicación, redes y cartelería.

- **COLABORACIÓN CON OTROS GRUPOS Y ÁREAS DEL AYUNTAMIENTO:**

**Club de Jubilados:** A iniciativa de este colectivo se programó en diciembre la obra de teatro “Escenicas”, escrita por el navarro Alfredo Sanzol y ambientada en los años 80, bajo un tierno humor que suscitó sonrisas y provocó carcajadas. La comunicación se realizó a través de los propios socios del club. Ellos mismos se encargaron de pegar carteles en su sede y de difundir la información.

**Áreas del ayuntamiento de Barañain:** La colaboración con las distintas áreas del ayuntamiento es constante: inmigración, cultura, comercio... Generalmente la comunicación corre a su cuenta pero nosotros siempre la apoyamos y potenciamos, porque nos interesa dar la imagen de que formamos parte del día a día de nuestra localidad, de que colaboramos con las áreas que trabajan con la gente, nuestra gente y que no permanecemos al margen del sentir ni de las necesidades de nuestra comunidad. Nos interesa estar presentes y que nos sientan presentes.

## **PARTICIPACIÓN**

Dentro de nuestra estrategia de comunicación también se destaca nuestro deseo y ánimo de dejarnos ver en distintos foros, de participar en ellos y de comunicar lo que hacemos, lo que somos y lo que sentimos.



En esta nueva época, por ejemplo, hemos estado presentes en distintos procesos participativos que se han desarrollado alrededor de la danza y de la inclusión, en el grupo motor de teatro y de danza fomentado por el Departamento de Cultura del Gobierno de Navarra, así como en la Red de Teatros de Navarra.

Todo contribuye a construir una imagen nueva de Auditorio Barañain reconocible tanto a nivel institucional como ciudadano.

## MEMORIA 2017

**A.1.** Una de las estrategias llevadas a cabo por el Auditorio Barañain ha sido la de apoyar a los profesionales de las artes escénicas domiciliados en Navarra a través de grupos de teatro, música y danza.

### A.1.1. Grupos de teatro y música:

| Grupo              | CIF       | Disciplina | Espectáculo                              | Fecha      | Euskera sí/no |
|--------------------|-----------|------------|--|------------|---------------|
| NAVARCADABRA       | B71021208 | MAGIA      | IV FESTIVAL DE MAGIA                     | 5/02/2017  | NO            |
| NAVARCADABRA       | B71021208 | MAGIA      | MÁS COLORES (MAGIA PARA BEBES FUNCIÓN 1) | 5/02/2017  | NO            |
| NAVARCADABRA       | B71021208 | MAGIA      | MÁS COLORES (MAGIA PARA BEBES FUNCIÓN 2) | 5/02/2017  | NO            |
| ILUNA PRODUCCIONES | J71023014 | TEATRO     | LAS AVENTURAS DE ANA MONTA               | 19/02/2017 | NO            |
| PASADAS LAS CUATRO | E31957111 | TEATRO     | CUENTOS DE UN CIEN PIES                  | 05/03/2017 | NO            |
| TDIFERENCIA        | F71157515 | TEATRO     | PETER PUNK                               | 29/12/2017 | NO            |

### A.1.2. Grupos de danza:

| Grupo | CIF | Disciplina | Espectáculo | Fecha | Euskera sí/no |
|-------|-----|------------|-------------|-------|---------------|
|-------|-----|------------|-------------|-------|---------------|

|                          |           |       |                                  |            |    |
|--------------------------|-----------|-------|----------------------------------|------------|----|
| F. ATENA                 | G31711666 | DANZA | MIENTRAS LLUEVE                  | 12/11/2016 | NO |
| ADOS TEATROA GLOBAL S.C. | B20567400 | DANZA | EL CHICO DE LAS ZAPATILLAS ROJAS | 01/12/2016 | NO |
| ADOS TEATROA             | B20567400 | DANZA | ZAPATILLA GORRIDUN MUTILA        | 01/12/2016 | SI |
| KONMOCION DANZA          | G31958531 | DANZA | SOBRE RUEDAS                     | 02/05/2017 | NO |
| LA MOV                   | B99427403 | DANZA | CENICIENTA                       | 22/12/16   | NO |
| JAVIER MURUGARREN        | 7604304M  | DANZA | ILUNA                            | 01/10/17   | NO |

**A.2.** Otras de las estrategias llevadas a cabo por el Auditorio Barañain ha sido la contratación de profesionales en artes escénicas no domiciliados en Navarra a través de grupos de teatro, música y danza.

**A.2.1. Grupos de teatro y música:**

| <b>Grupo</b>           | <b>CIF</b> | <b>Disciplina</b> | <b>Espectáculo</b>       | <b>Fecha</b> | <b>Euskera</b> |
|------------------------|------------|-------------------|--------------------------|--------------|----------------|
| UROC TEATRO            | B80857733  | TEATRO            | CLOWQUIJOTE DE LA MANCHA | 13/11/2016   | NO             |
| PIKOR TEATROA          | 19841190X  | TEATRO            | ENREDADOS                | 15/11/2016   | NO             |
| PIKOR TEATROA          | 19841190X  | TEATRO            | SAREBEGIAN               | 15/12/2016   | SI             |
| TEATRO DEL CUERVO      | 18860021L  | TEATRO            | UN LUGAR EN TU CORAZÓN   | 26/12/2016   | NO             |
| GALITOOM               | B15998966  | TEATRO            | GÜELA GÜELA              | 26/02/2107   | NO             |
| CÍA CIRCOBAYA          | A28281368  | TEATRO            | EL VIAJE DE MIÉRCOLES    | 12/03/2017   | NO             |
| GAGMAN PRODUCTIONS     | B55623854  | TEATRO            | JOBS                     | 19/03/2017   | NO             |
| YLLANA                 | B80769581  | TEATRO            | YLLANA 25                | 21/04/2017   | NO             |
| DRAGONES EN EL ANDAMIO | B86241080  | TEATRO            | VOLVER A JUGAR           | 23/04/2017   | NO             |
| MUSTRAMIT              | B55029177  | MUSICA            | TROMBORANGA              | 30/09/17     | NO             |
| INSTITUCION OBERENA    | G31041528  | MUSICA            | OBERENA JAUZIS           | 29/09/17     | SI             |

|                       |           |        |                            |          |    |
|-----------------------|-----------|--------|----------------------------|----------|----|
| EL CAFÉ DE LAS ARTES  | B39683115 | TEATRO | LAS MARIPOSAS DE PARIS     | 08/10/17 | NO |
| MIELOTXIN             | E71333363 | MUSICA | ALAN LOMAX IN MEMORIAM     | 21/10/17 | SI |
| RAQUEL BOULLOSA       | B94107620 | TEATRO | EL MUNDO DE LA TARANTULA   | 04/11/17 | NO |
| M. ANGEL MORENO       | 53684609X | TEATRO | DES HABITAT                | 05/11/17 | NO |
| TEATRE ANNA ROCA      | B55062731 | TEATRO | MOMO                       | 02/12/17 | NO |
| VAIVEN PRODUCCIONES   | B20615290 | TEATRO | EL ULTIMO TREN A TREBLINKA | 18/11/17 | NO |
| LA GUASA CIRCO TEATRO | 27342426A | TEATRO | MOBIL                      | 12/11/17 | NO |

### A.2.2. Grupos de danza:

| <b>Grupo</b>              | <b>CIF</b> | <b>Disciplina</b> | <b>Espectáculo</b>            | <b>Fecha</b> |
|---------------------------|------------|-------------------|-------------------------------|--------------|
| DANTZAZ ELKARTEA          | G20780631  | DANZA             | AUREO                         | 18/11/16     |
| ARACALADANZA              | B84908979  | DANZA             | CONSTELACIONES                | 26/11/2017   |
| MALDITOS COMPAÑÍA         | G87456919  | DANZA             | DANZAD MALDITOS               | 11/03/2017   |
| CÍA MARCOS VARGAS & CHLOÉ | B91282343  | DANZA             | LIBERTINO                     | 24/03/2017   |
| PRODUCCIONES TITAYAYA     | B98136088  | DANZA             | MONIQUILLA Y EL CASCANUECES   | 02/04/2017   |
| ARACALADANZA              | B84908979  | DANZA             | VUELOS                        | 29/04/2017   |
| DANTZAZ ELKARTEA          | G20780631  | DANZA             | DANTZAZUBIA                   | 07/10/17     |
| DANTZAZ ELKARTEA          | G20780631  | DANZA             | AUREO                         | 07/10/17     |
| CARMEN LARRAZ             | 44610751C  | DANZA             | TRANSOCEANICA (ESTRENO)       | 19/10/17     |
| LA PETITA MALUMALUGA      | B66797689  | DANZA             | 30 ELEFANTES BAJO UN PARAGUAS | 22/10/17     |

|                        |            |             |                      |            |
|------------------------|------------|-------------|----------------------|------------|
| OTRA DANZA             | B54324298  | DANZA       | DA CAPO              | 28/10/17   |
| OTRA DANZA             | B54324298  | DANZA       | EVA Y ADAN           | 29/10/17   |
| MADRUGADA PRODUCCIONES | J26504662  | DANZA       | ARTISTAS INFLAMABLES | 31/05/2017 |
| OLGA PERICET           | 30812798C  | DANZA       | DE UNA PIEZA         | 01/12/17   |
| CHONI CIA FLAMENCA     | B919287796 | DANZA/BAILE | REENCEUNTRO          | 25/11/17   |
| SNEO MESTIZAJE PROYECS | B83759258  | DANZA       | SHY BLUE             | 11/11/17   |

**B.1. A través del fomento de las artes escénicas mediante distintas fórmulas han realizado diferentes tipos de contrataciones relacionadas con:**

**B.1.1** Grupos profesionales de música y teatro donde el Auditorio Barañain ha cedido su espacio escénico para la realización de diferentes tipos de espectáculos

| <b>Grupo</b>             | <b>CIF</b> | <b>Disciplina</b> | <b>Espectáculo</b>                                | <b>Fecha</b> | <b>Euskera sí/no</b> |
|--------------------------|------------|-------------------|---|--------------|----------------------|
| IN&OUT                   | 15827929L  | MÚSICA            | ELLIOT MURPHY                                     | 13/01/2017   | NO                   |
| JORGE SANCHEZ            | X2754405V  | MÚSICA            | TROVADORES DE 2 GENERACIONES                      | 10/03/2017   | NO                   |
| SENDA PRODUCCIONES S.S.L | J26464289  | MUSICA            | ZASCANDURI UN CUENTO DE DUENDES                   | 02/01/2017   | NO                   |
| KATTALIN ANSORENA        | 72502777S  | MUSICA/TEATRO     | PAKISTEIN DOKTOREA (TXIRRI, MIRRI ETA TXIRIBITON) | 04/01/2017   | SI                   |
| RAFA SANCHEZ RUBIO       | B99330524  | TEATRO            | HARD PARTY  | 25/03/2017   | NO                   |
| KUKUMIX                  | G71290274  | TEATRO            | ESCENICAS   | 29/12/2016   | NO                   |

**B.1.2.** Compañías profesionales de danza y donde el Auditorio Barañain ha cedido su espacio escénico para la realización de diferentes tipos de espectáculos

| Grupo         | CIF       | Disciplina | Espectáculo    | Fecha      |
|---------------|-----------|------------|----------------|------------|
| AIDA MARTINEZ | 72821261H | DANZA      | DELIRIO URBANO | 20/05/2017 |

**C.** A través de distintas formas de trabajo y promoción de la programación se han realizado estrategias para la creación de ciclos y festivales de artes escénicas dentro de la programación del espacio escénico

**C.1. CICLO ONaRT:** El Auditorio Barañain ha desarrollado un ciclo de programación destinada a la infancia y juventud, con actuaciones de distintas disciplinas artísticas y acompañado siempre de una actividad de mediación con los niños y niñas y/o familias (talleres de danza, actividades previas a las funciones para comprender y tomar contacto con la obra y o el autor)

**C.2. PROGRAMACIÓN PERIFÉRICA:** La Fundación Auditorio Barañain dentro de su proyecto Periferia ha intentado promover la creación contemporánea en danza en diferentes ámbitos y en todas sus fases (investigación, producción y exhibición), así como generar y compartir conocimiento a través de ciclos de danza contemporánea y residencias

**C.3. PROGRAMAS COMPARTIDOS:** También se ha realizado la participación y colaboración en programas compartidos con otras localidades locales

- Coordinación con el centro de Zizur para la contratación de la compañía Dantzaz y el desarrollo y puesta en marcha del programa 2017 Dantzazubia. En este proyecto se ha realizado un trabajo de mediación entre los centros escolares de Zizur y Barañain y la compañía además de la creación específica de un coreógrafo/a para actividad con institutos de Barañain y Zizur.
- La creación de un convenio de colaboración permanente entre Fundación Castel Ruiz y Fundación Auditorio Barañain para una colaboración estable y permanente en relación a las contrataciones y a la colaboración en residencias y laboratorios de creación.

## **Otros aspectos complementarios**

**D.1.** El Auditorio Barañain también se ha comprometido en la formación permanente de los Técnicos de Cultura.

Para ello se ha llevado a cabo una formación especializada en gestión cultural que deberán de realizar los técnicos de cultura responsables del espacio escénico

- El 1 Junio del 2017 se realizó un curso en Tudela relacionado con cursos de email marketing para gestores culturales.
- Del 5 al 9 junio del 2017 se realizó en Almagro un curso de Gestión Cultural para la persona responsable de sala
- También el Auditorio Barañain participo en Ferias (D-Feria) y Congresos (Encuentros de Gestionar Cultura 2017) donde asistió el técnico de cultura responsable del espacio escénico:

**D.2.** El Auditorio Barañain trabaja la aplicación de un sistema de **venta de entradas por Internet** (Patrón base)

**D.3.** También se han trabajado diferentes estrategias de sensibilización hacia **las personas con discapacidad y colectivos con riesgo de exclusión social.**

- Inexistencia de barreras para el acceso de personas con discapacidad física y la existencia de un número de plazas acondicionadas cuyo mínimo sea el equivalente al 2% del aforo del recinto.
- Existencia de un sistema de audición amplificada para las personas que tienen discapacidad auditiva y visual, sistemas de descripción auditiva de la acción escénica, programas en braille o similares.
- Existencia de programas o acciones de atención a colectivos en riesgo de exclusión social o a personas con discapacidad.
- En el año 2017 se redefinido y aprobado en la junta de Fundación Auditorio Barañain la política de precios y descuentos creando condiciones especiales para personas en desempleo, receptores de renta mínima garantizada etc.
- También se ha colaborado con el servicio social de base mediante reparto de invitaciones a usuarios que participan en algunos de sus programas.
- Se ha llevado a cabo durante el año 2017 el “Programa Crecer con arte” para la inclusión social por medio de las artes escénicas.

**D.4.** Con el objetivo de promover la creación contemporánea en danza en diferentes ámbitos se han realizado diferentes contrataciones de profesionales en los **proyectos de residencias** de “Investigación Periférica”.

- Noviembre 2016: Primera convocatoria residencias contemporáneo de las que surgen dos residencias: Carmen Larraz con su proyecto llamado

“transoceánica” (parte I) y la residencia de Josune Berástegi con su proyecto “Lo viejo y lo nuevo”.

- Marzo 2017: Convocatoria residencias folclore: Residencia Laida Aldaz con su proyecto “Tarteka”
- Marzo 2017: Convocatoria residencias contemporáneo: Residencia Inés Aubert con su proyecto “Esferas”
- Patrocinio y acogida de las residencias de creación “site espedific” del festival Danzad, Danzad malditos en agosto 2017
- Residencia de producción/alzado de espectáculo
  - Dantzaz compañía enero 2017, residencia alzado técnico.
  - F. Atena, “Mientras llueve” noviembre 2016 (ayuda coproducción)
- Residencia de Carmen Larraz con la continuación de su proyecto “Transoceánica” (parte II).
- Cesión de sala a el grupo “Iruñea Kontakt Jam”

**D.5. A lo largo del año se han realizado contrataciones de profesionales para diferentes actividades de mediación con el público**

- Dentro del programa OnArt se han realizado actividades de mediación con las actividades infantiles (talleres para comprender la obra, el artista, etc.)
- Programa crecer con arte: Dentro de la rama Inart (centro integral de artes escénicas) se desarrolla este programa dirigido a jóvenes de Fundación Taller Escuela Extabakoitz, Fundación Elkarte, Fundación Haritz Berri-lundain, Asociación Lantxotegi, Taller Escuela Barañain de Virgen del Camino, IES Alaitz y Fundación Atena que utiliza las artes escénicas como vía, no solo de mediación sino de integración.
- Proyecto Dantzazubia dentro de la rama de danza Periferia: Proyecto con centros escolares de Zizur y Barañain para el que se contrata a bailarines profesionales de Dantzaz Compañía que trabajarán directamente de forma transversal con la danza en las distintas asignaturas del curso.