
Informe

Primera Escucha Creativa 2025

Cecrea Temuco



Producción Escuchas Creativas Cecrea 2025: Lupa Consultoras.
Coordinación Escuchas Creativas, gestión y sistematización de informe: Fernanda Casorzo Pino.
Producción Escuchas Creativas: Romina Aguirre Villarroel.
Coordinación Escucha Creativa Cecrea Coquimbo: Nikole Castro Cifuentes, Ximena Barberan Arancibia.
Edición informe y coordinación nacional Escuchas Creativas: Teresita Calvo Foxley.

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, junio 2025. Programa Centros de Creación (Cecrea).
www.cecrea.cl

¿Qué es una Escucha Creativa Cecrea?

Es un encuentro de niños, niñas y jóvenes (NNJ), que se realiza dos veces al año en cada Centro de Creación (Cecrea) del país, para conocer sus inquietudes, intereses y opiniones. Con la información obtenida, se planifica la programación de Cecrea. Al mismo tiempo, es una metodología participativa y de investigación, de carácter cualitativo, que utiliza herramientas creativas y lúdicas posibilitando que quienes participan ejerzan su derecho a ser escuchados, a tomar decisiones en cada espacio, y a ejercer su ciudadanía creativa¹.

¿Cómo se hace?

Cada Escucha dura tres horas y se divide en tres momentos: Recepción, Maestranza y Consejo. Para su realización, se cuenta con un equipo de facilitadores/as, quienes guían las actividades y hacen preguntas para recabar la información que requiere el proceso. Además, participan tres profesionales de las ciencias sociales y humanidades, quienes cumplen el rol de observadores participantes, encargados de registrar lo expresado por NNJ, lo que luego será sistematizado en el informe de resultados que estás leyendo.

Primer ciclo Escuchas Creativas Cecrea 2025

Objetivo general

Reflexionar con los y las participantes de Cecrea sobre el acceso y la participación de niñeces y juventudes en el Programa para contribuir con sus ideas y opiniones al diseño de una estrategia que fortalezca su participación significativa.

Objetivos específicos

- Analizar críticamente las *estrategias de convocatoria y difusión* del programa a nivel local para codiseñar con niños, niñas y jóvenes acciones más efectivas que respondan a sus intereses y formas de comunicación.
- Reflexionar sobre la *participación y permanencia* de niños, niñas y jóvenes en los laboratorios creativos de cada Cecrea para mejorar la estrategia que permita aumentar y consolidar su participación.
- Identificar *intereses* de niños, niñas y jóvenes e ideas para laboratorios Cecrea.

Metodología para la sistematización y análisis

Para llevar a cabo el análisis, se organizó la información recopilada mediante *observación participante* durante la Escucha. Esta técnica se basa en la interacción entre investigadores e informantes en su contexto social (Taylor & Bogdan, 1986), y permite recoger datos significativos en terreno mediante una pauta estructurada. A partir de estos registros, se aplicó un *análisis de contenido* (Krippendorff, K., 1997), orientado a identificar sentidos, patrones, consensos, disensos y elementos emergentes en las percepciones y propuestas de NNJ. Este análisis se centró en tres ejes definidos por los objetivos específicos de la Escucha: **estrategias de convocatoria y difusión**, donde se evaluaron los medios actuales y se incorporaron nuevas propuestas; **participación y permanencia en los laboratorios**, considerando motivaciones, estados emocionales y condiciones logísticas que inciden en la continuidad; e **intereses e ideas para la programación futura**, reconociendo temas, formatos y referencias culturales significativas para NNJ, desde una perspectiva situada y co-creativa orientada al fortalecimiento del programa Cecrea.

¹ Para más información sobre el modelo de implementación del programa revisar www.cecreea.cl

¿Dónde y cuándo se realizó?

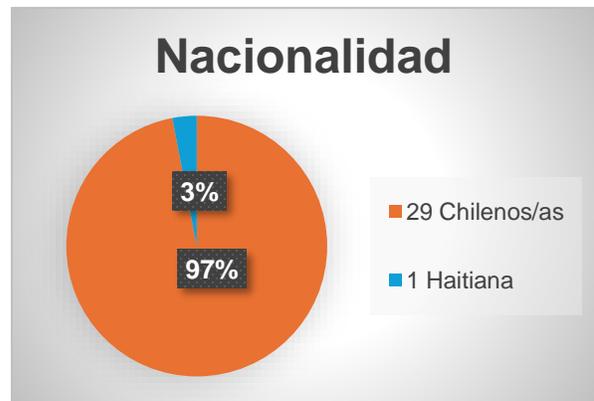
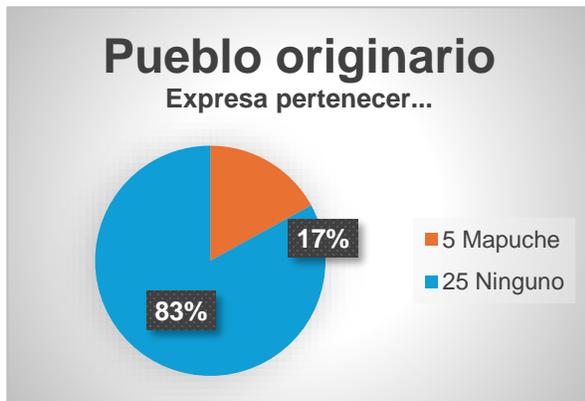
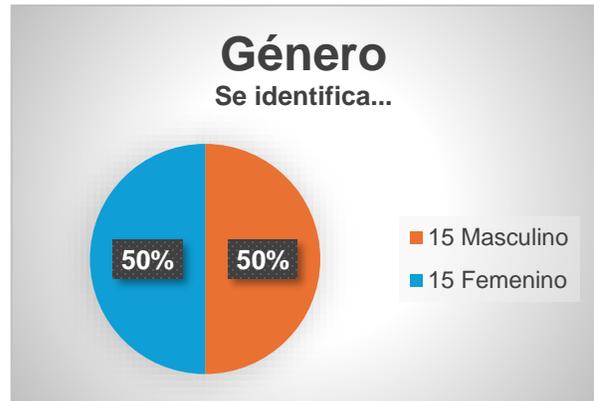
Cecrea Temuco

Fecha: viernes 29 de mayo de 2025

Hora: 09:30 a 12:30 hrs.

¿Quiénes participaron?

Participantes: 30 niños, niñas y jóvenes (NNJ)



Facilitadores

Mayra González
Fernanda Inaipil
Sergio Lagos
José Mella
Francisca Millapel
Marcelo Padilla
Daniel Roa

Observadoras

Valentina González
Julia Quiroz
Fernanda Ramírez

¿Qué hicimos?

Cada Escucha tiene 3 fases metodológicas: Recepción – Maestranza – Consejo. A continuación, se presenta una breve descripción de las actividades llevadas a cabo en la Escucha Creativa de Cecrea Temuco:



RECEPCIÓN

Animómetro

¿Qué laboratorios te imaginas para Cecrea?

Círculo de bienvenida y desbloqueo



MAESTRANZA

1. Diagnóstico de difusión de Cecrea

2. Campaña comunicacional

Planificación y creación

Manos a la obra



CONSEJO

Compartir experiencias y reflexiones finales

Posteriormente, se llevó a cabo el **círculo de bienvenida y desbloqueo**, que se inició con la presentación de NNJ, facilitadores y observadores. La actividad continuó con una invitación a explorar el espacio mediante el movimiento. Para ello, NNJ se desplazaron por el hall de Cecrea y en parejas jugaron a la dinámica de espejos, donde imitaron las mímicas del compañero/a e inventaron nuevas formas de saludarse.

Finalmente, se establecieron acuerdos de convivencia.



2. Maestranza

- *Diagnóstico comunicacional*

En la primera parte de la Maestranza, NNJ exploraron distintos **dispositivos de difusión utilizados por Cecrea**, como afiches y volantes, con el propósito de **reflexionar sobre su efectividad comunicativa** y los elementos que más llamaban su atención, en base a indicadores como gráfica, mensaje y público objetivo. Según lo registrado en las pautas de observación, el objetivo generó baja resonancia entre las y los participantes, lo que podría deberse al nivel de abstracción que implicaba, y solo un par entregó sus impresiones en esta instancia, siendo profundizado más adelante en la estación Podcast, durante la segunda parte de la Maestranza.



- *Planificación y creación de campaña comunicacional*

Se realizó una dinámica en la que NNJ **propusieron diversos laboratorios** a través de una lluvia de ideas y un ejercicio creativo tipo *Quebrantahuesos*. En esta actividad, reutilizaron materiales gráficos y comunicacionales para diseñar afiches de futuros laboratorios, proyectando sus propios intereses y deseos en nuevas propuestas para el programa. Durante el proceso, NNJ se mostraron altamente comprometidos y creativos: utilizaron distintos materiales, recortaron frases de afiches existentes, imaginaron posibles escenarios y crearon collages con material reciclado para dar forma visual a sus ideas. Estas propuestas incluían respuestas a preguntas clave como: ¿cuál es la idea de tu laboratorio?, ¿a quiénes está dirigido?, ¿qué mensaje quieres transmitir?, ¿por dónde se difundirá? y ¿con qué periodicidad se realizaría? Finalizado el afiche los NNJ se dirigieron al pasillo para colgar su creación en un tendedero común.



Posteriormente, fueron divididos en tres grupos para participar en una estación y crear un producto de difusión para invitar a más NNJ a Cecrea:

Estación Podcast



Se invitó a NNJ a desarrollar una cápsula de difusión sobre Cecrea. Para ello, se presentaron ejemplos de laboratorios anteriores, como “Prende la Radio”, y se les incentivó a continuar el spot adaptándolo a la realidad actual. Luego, conversaron en torno a diversos tópicos, entre ellos su opinión sobre los afiches y los medios de difusión que Cecrea utiliza en el territorio. A partir de esta conversación, surgieron indicaciones sobre lo que se debería mejorar o incorporar en las estrategias comunicacionales del programa. Finalmente, realizaron una lluvia de ideas colaborativa para dar forma al spot.

Estación TV

La estación de TV fue concebida como un estudio interactivo donde NNJ pudieron experimentar con cámaras, micrófonos y verse proyectados en una pantalla. La propuesta consistía en ser entrevistados por dos facilitadores, quienes guiarían la conversación y la reflexión en torno a cómo fortalecer la vinculación de Cecrea con su entorno. En este punto de la jornada, se evidenció cierto cansancio entre NNJ, por lo que se habilitaron sillones para que pudieran descansar.



La participación fue menor, ya que varios expresaron sentirse cohibidos frente a las cámaras, mencionando la vergüenza como principal motivo de su reticencia. Finalmente, Mike (17 años) y Mari (19 años) accedieron a ser entrevistados, mientras el resto del grupo actuó como público, interviniendo espontáneamente cuando consideraban necesario aportar algo a la conversación.

Estación RRSS: ¡Cecrea en tus Manos Digitales!

El objetivo de esta estación fue invitar a NNJ a crear contenido atractivo para redes sociales, utilizando diversos recursos como smartphones, trípodes, hojas de dibujo y otros insumos creativos. Aunque manifestaron familiaridad con el uso de redes sociales, al momento de planificar un contenido específico para estas plataformas, gran parte del grupo tuvo dificultades para conectar con la consigna. Esto se evidenció en cierta confusión inicial, las preguntas entre pares sobre qué hacer y la decisión espontánea de varios/as de dibujar sus intereses en hojas, en lugar de diseñar contenido digital. Esta reacción sugiere que la instrucción no fue lo suficientemente clara o que su nivel de abstracción superó las referencias cotidianas del grupo. Solo dos participantes lograron desarrollar un producto alineado con el objetivo de la estación: grabaron una cápsula en formato video, utilizando un cartel como apoyo visual y formulando un mensaje para invitar a otros NNJ a participar en un laboratorio ficticio de Cecrea.

3. Consejo

El Consejo se desarrolló en el hall de Cecrea. Se formó un círculo para invitarles a compartir sus experiencias respecto de la Escucha que habían vivido. En general, se observó que estaban cansados y tenían hambre. Esto dificultó la reflexión final durante el proceso de Consejo; sin embargo, mediante diversas estrategias, los facilitadores lograron generar algunas opiniones.



Resultados

1. *Respecto a las estrategias de convocatoria y difusión del programa a nivel local para codiseñar acciones más efectivas*

- ¿Cómo se enteraron de Cecrea?

Respuestas	Interpretación
<ul style="list-style-type: none"> • “Mi mamá me mostró unos talleres y me llamó la atención.” (Ailin, 11 años). • Tía • Amistades • NNJ participantes de Cecrea invitan a otros/as • Correo del liceo 	<p>El boca a boca entre familiares, amistades y la invitación directa entre NNJ destacan como mecanismos clave, mientras que el uso de canales institucionales como el correo del liceo aparece como apoyo secundario. Esto sugiere que las redes personales y la recomendación entre pares son altamente efectivas para dar a conocer el programa.</p>

- ¿Qué opinan de los actuales productos de difusión de Cecrea

Dado que las opiniones de los NNJ fueron limitadas y se centraron en apreciaciones generales sobre los productos de difusión, el análisis considera todos los indicadores de manera conjunta (gráfica y mensaje y público objetivo) ya que las respuestas no permitieron una segmentación por cada uno de ellos.

Dimensión	Opinión u observación de NNJ	Interpretación (Diagnóstico)
<p>Gráfica, mensaje y público objetivo</p>	<p>“Desde que dejaron el estilo único y llamativo de los afiches y se volvieron al estilo más corporativo de Cecrea, siento que se han vuelto más monótonos y menos llamativos. Eso es lo que escuché y donde coinciden la mayoría que participaron” (Camilo (17 años).</p> <p>“Se volvieron muy perfeccionistas, más elegantes y siento que esto no atrae a gente nueva. Por ejemplo, yo vengo porque sé cómo funciona Cecrea, pero alguien que nunca viene pensará que es algo formal, algo fome y donde debe prestar mucha atención. Y no, el espíritu de Cecrea es donde priorizamos el proceso creativo en vez del resultado y hay que dejar de tener miedo del maximalismo, probar con texturas y patrones” Mike (17 años).</p> <p>“A mí no me llaman mucho la atención” (NNJ).</p> <p>“Algunos no, porque son para mayores” (NNJ).</p>	

Las opiniones revelan una percepción crítica de NNJ respecto a los actuales productos gráficos de difusión de Cecrea. Se identifica una **desconexión entre el estilo visual institucional** —más sobrio y corporativo— y las **expectativas de un diseño más lúdico, expresivo y creativo**, que refleje con mayor fidelidad el espíritu del programa. NNJ perciben que este cambio reduce el atractivo para nuevas audiencias, al asociarse con formalidad y rigidez. También emerge la idea de que el lenguaje visual actual no interpela directamente a su grupo etario, lo que puede limitar su efectividad como estrategia de convocatoria.

- Dónde les gustaría difundir Cecrea

Canal	Opinión u observación de NNJ	Interpretación
Colaboración / intercambios con establecimientos educativos	<p>“Crear redes de colaboración para que vean lo que se hace en Cecrea” (Mari, 19 años).</p> <p>“Antes hacíamos los intercambios, eran muy entretenidos. Era una semana sin clases, pero compartíamos con NNJ de otras partes de Chile. Compartíamos comidas, hacíamos búsqueda de tesoro, hacíamos todo y era muy entretenido. Aparte que viajábamos, íbamos al norte y conocíamos los telescopios o bien, venía gente y les mostrábamos lo que tenemos acá. Y creo que podríamos hacer eso mismo, pero mostrándolo en redes sociales, poder conocer gente y lugares” (Mari, 19 años).</p> <p>“Plantear que Cecrea es un espacio liberador y facilitar que vayan a las escuelas” (Camilo, 17 años).</p> <p>“Si me hubiese enterado por un profesor de confianza, creo que me habría interesado venir. Siento que acá tienen la disposición, pero no tienen como, no llega el mensaje y eso limita bastante la capacidad de difusión” (Francisco, 17 años).</p>	<p>Destacan la necesidad de visibilizar a Cecrea mediante experiencias compartidas por los propios participantes y promover redes entre instituciones. Esto apunta a una estrategia basada en el testimonio directo como formas efectivas de promoción. Los intercambios son valorados como experiencias significativas, de aprendizaje y conexión.</p>
Afiches en escuelas	<p>“Difusión de afiches en las escuelas para que los alumnos sepan de los talleres” (Areli)</p>	<p>La propuesta sugiere que los afiches en escuelas siguen siendo una estrategia válida y directa para difundir las actividades de Cecrea, funcionando como puntos clave para captar nuevos NNJ desde espacios educativos cotidianos.</p>
Afiches en bibliotecas y espacios públicos	<p>Si bien no se registraron citas directas, en la observación se consigna la mención a dichos canales de difusión por parte de NNJ.</p>	<p>Puede inferirse como una extensión de la estrategia de afiches en escuelas. Bibliotecas, centros culturales o plazas representan espacios públicos de tránsito frecuente por parte de NNJ y sus familias, por lo que podrían complementar la difusión con mayor visibilidad territorial.</p>
Difusión territorial	<p>“Hacer una caminata y repartir volantes” (Francisco, 12 años).</p>	<p>Se valora el contacto directo y la promoción territorial, lo que sugiere que una difusión presencial y activa puede ser más efectiva para llegar a sus pares.</p>
Afiches entregados en Cecrea por adultos/as	<p>Si bien no se registraron citas directas, en la observación se consigna la mención a dichos canales de difusión por parte de NNJ.</p>	<p>Esta modalidad puede reforzar la difusión interna y asegurar que quienes asisten por primera vez o acompañados por adultos/as se lleven información física a</p>

		otros entornos sociales, ampliando el alcance del mensaje.
Redes Sociales	<p>“Difundirlo más en Facebook, más difusión en redes sociales” (Francisco, 12 años).</p> <p>“Más innovación, por ejemplo, el uso de reels y TikTok, Trends para generar más alcance y generar viralización” (Mari, 19 años).</p> <p>“Habíamos dicho en la estación de podcast, que lo que podrían hacer son reels, que es lo que más funciona en los niños. El TikTok o Instagram” (Mike, 17 años).</p>	Destacan la importancia de modernizar las estrategias de difusión digital, sugiriendo un mayor uso de plataformas y formatos populares. Se valora su potencial para generar mayor alcance, viralización y conexión con audiencias jóvenes mediante lenguajes visuales, breves y cercanos a sus intereses.
Correo electrónico	(No se registraron opiniones directas en esta categoría)	Aunque no fue comentado directamente, en registros anteriores se menciona el correo institucional como vía de información. Es un canal que puede mantenerse como complemento formal para familias y establecimientos, aunque menos atractivo para captar la atención directa de NNJ.
Influencers	“La voz de alguien joven puede ayudar a visibilizar, desde los procesos creativos que se experimentan a nivel local.”	Los influencers jóvenes pueden ser una estrategia efectiva para amplificar el alcance y conectar con nuevas audiencias. Al tratarse de voces cercanas en edad y contexto, estos podrían transmitir de manera más genuina los procesos creativos vividos en Cecrea, mostrando desde dentro lo que ocurre en el espacio.
Espacios laborales de sus familias	“Se pueden compartir en los trabajos de sus familias.” (Aylim, 16 años).	Difundir Cecrea en los espacios laborales de las familias podría ser una estrategia efectiva para llegar a más NNJ, especialmente si son los adultos quienes facilitan su participación. Además, fortalece el vínculo entre Cecrea y la comunidad, sumando a madres, padres y cuidadores como aliados en la difusión.

- Qué les gustaría difundir de Cecrea (mensaje)

Mensaje	Opinión u observación de NNJ	Interpretación
Cecrea como espacio de apoyo emocional	“También hablamos que en los laboratorios se puede abordar lo que se está viviendo hoy en día, hacer un laboratorio acerca de las emociones, sobre cómo manejarlas, porque hoy en día los jóvenes están pasando por sus momentos más difíciles y no saben cómo manejar sus emociones y ese podría ser un espacio para aprender a	Valoran que Cecrea sea un espacio para abordar temas significativos para su bienestar, como las emociones y la salud mental, proponiendo su inclusión directa en la programación.

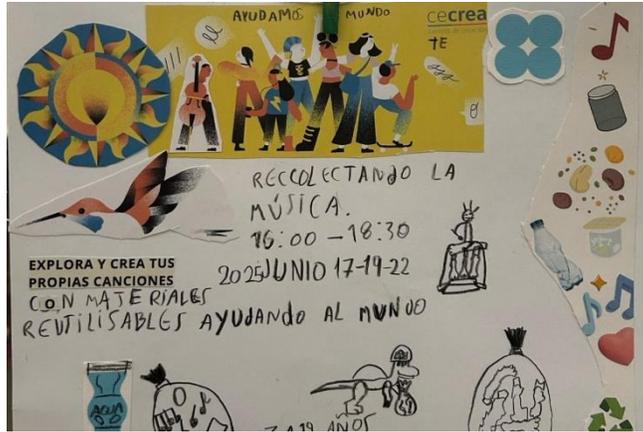
	manejar los bajones y ayudar.”	
Modalidad de trabajo libre y colaborativa	“Lo que me gusta de Cecrea es que es como libre, podríamos explicar la modalidad tipo: Hacemos laboratorios, priorizamos que los NNJ que asistan puedan crear su propio laboratorio y eso me gusta, también que trabajamos en círculo, haciendo colaboración con los demás. Se hace mucha cosa sobre la marcha y eso es muy bueno porque vivimos en una sociedad estructurada y eso se puede evadir aquí, soltándose un poco y relajándose” (Mike, 17 años).	Se destaca la naturaleza participativa y desestructurada del programa como un valor diferenciador frente a otros espacios educativos o culturales más rígidos, promoviendo la creatividad y el bienestar desde la libertad.
Destacar gratuidad e invitaciones directas	Mostraron especial interés en destacar que las actividades fueran gratuitas, e incluir invitaciones directas como “los invitamos”.	Para NNJ es clave comunicar la gratuidad de las actividades, lo que puede influir significativamente en la decisión de participar. Además, valoran un tono directo y cercano en la difusión, lo que sugiere que se sienten más convocados cuando el mensaje es personalizado y accesible.

- Productos de difusión creados por NNJ²

Afiches

Nombre	Mensaje	Público objetivo	Canales de difusión
Recolectando música: Ayudamos al mundo recolectando ideas	“La idea es abrir la mente para ser creativo. Recolectamos basura por la cuadra y la plaza para transformarlo en instrumentos” (Luis, 10 años). Desde una mirada lúdica y ecológica, se busca fomentar la reutilización y el cuidado del medioambiente: “Por ejemplo, es para reutilizar porque ayudaría al planeta” Francisco (12 años).	NNJ de 7 a 19 años	Físicos y digitales: - Plataformas de internet - Ventanas de Cecrea (para que se vean desde la calle”.

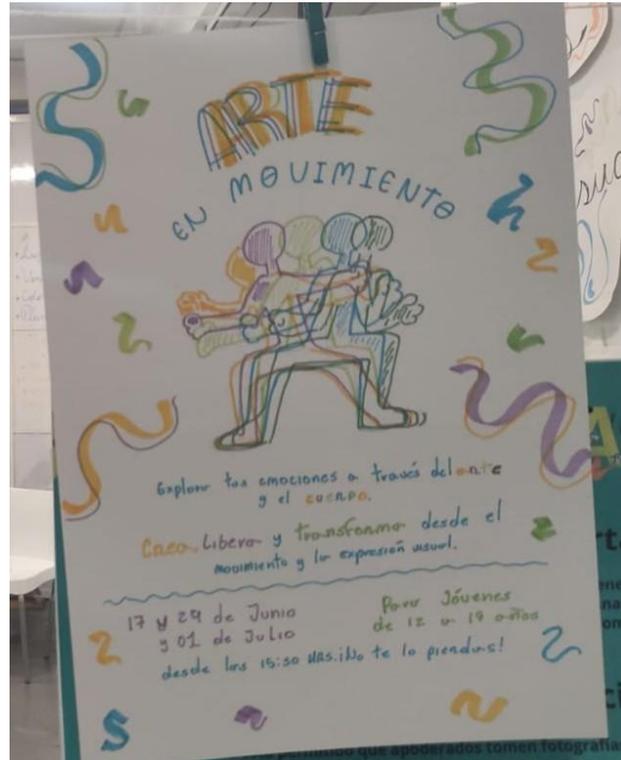
² Se exponen algunos afiches terminados como referencia. Los espacios en blanco indican ausencia de dicha información.



Arte en movimiento

Explora tus emociones a través del arte y el cuerpo. Crea, libera y transforma desde el movimiento y la expresión visual.

NNJ de 12 a 19 años

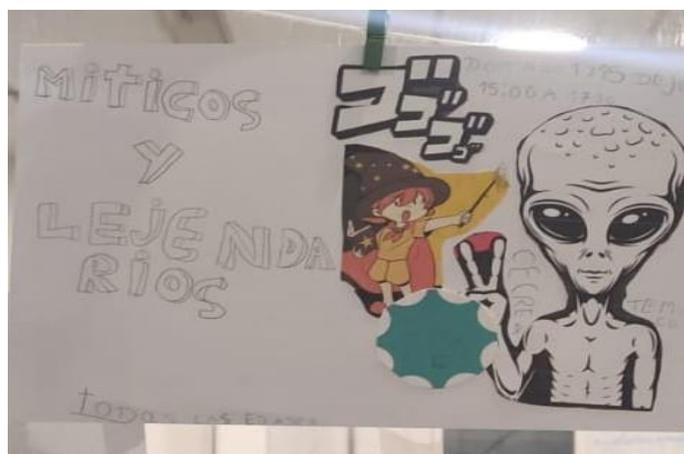


Míticos y legendarios

“La idea es que en una hoja hagan un ser mítico que venga de su imaginación y después puedes ponerlo en un libro con todas las creaciones” Diego (8 años).

Todo público, sin restricción de edad

- TikTok
- Instagram

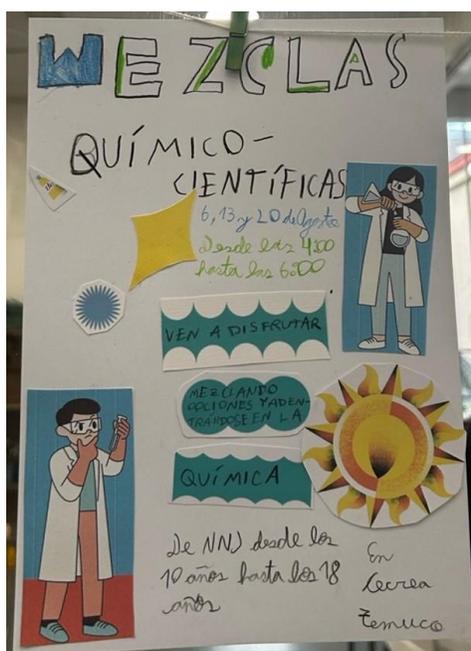


Mezclas químico-científicas

Disfrutar mezclando pociones y adentrándose en la química

NNJ de 10 a 18 años

- TikTok
- Instagram



Astrociencia

“La idea es conocer las estrellas y la astronomía” (Génesis, 16 años).

Todo público, sin restricción de edad

Pecitos y mar

Jugar y aprender a hacer peces con hojas” (NNJ).

NNJ de 7 a 19 años

Crea tu juego: Juegos de mesa

Desarrollar juegos de mesa (Ailin, 11 años).

Niñas y niños de 7 a 11 años

Taller lector

Compartir vivencias personales a través de la lectura: “Taller lector, para contar las cosas que nos han pasado” (Francisco, 11

	años).		
Cuentos, rimas, poemas	“Este laboratorio se trata sobre libros, la idea es crear cuentos, poemas y otras cosas. Va a durar 3 horas” (Cristian, 8 años).		
Mascotas de cartón	“Quiero transmitir el reciclaje y algo así como para que con las cajas dejen la parte que se abren, y guardar cositas en cajas con animales” (Anaís).		
Pintemos en vivo		NNJ de 5 a 20 años	Afiches entregados por su mamá en la municipalidad: “Yo quiero fotocopiar (los afiches) mi laboratorio para que mi mamá pueda sacar varias copias y difundirlo en la municipalidad, así va a venir mucha gente (Vale, 8 años).
Parrillitas	Cocina		
Crea tu peluche			
Taller de plantas			

Spot /reel

Mensaje	Público objetivo	Canales de difusión
“¿Estás aburrido de ver reels en tu cama mientras te preguntas qué podrías estar haciendo? Bueno, tenemos la solución, en Cecrea puedes hacer muchas actividades que van desde trabajos en grupo, hasta trabajos recreativos y educativos. Puedes hacer un montón de amigos y hacer laboratorios divertidos. Ven a Cecrea hoy” (narrado por Francisco).	NNJ de 7 a 19 años	RRSS

Podcast

Mensaje	Público objetivo	Canales de difusión
“Bienvenidos a Cecrea. ¿Qué es lo que más te gusta de Cecrea? Me gusta convivir con mis amigos, conocer nueva gente y poder expandir mi mente. Las actividades que hacemos. A mí me gusta la convivencia que hay en Cecrea. A mí me gustan los talleres porque puede cambiar el tema a cosas que nunca nos imaginaríamos que haríamos y que a la vez sean divertidas y no solo enfocarnos en una cosa. También venir a convivir con mis amigos que hago en cada taller y hacer trabajo en grupo. Me gustan más como las actividades que no hacemos siempre o que hace tiempo	NNJ de 7 a 19 años	RRSS, YouTube

que no las hacías. La comida. Aquí termina una de las tantas ediciones del podcast de Se Crea. Te invitamos a venir para ver si te gusta y si no, sea tu opinión. Y gracias por escuchar. Adiós”.		
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

En relación a los productos de difusión creados por NNJ, podemos decir que:

Diversidad temática:

Las propuestas abarcan una amplia gama de intereses, desde ciencia, reciclaje, arte, literatura y emociones, hasta cocina y botánica. Esto muestra la riqueza de intereses de NNJ y su deseo de aprender mediante experiencias prácticas, creativas y significativas. Por ejemplo, “Recolectando música” y “Mascotas de cartón” reflejan una preocupación ecológica vinculada a la reutilización de materiales, mientras que “Arte en movimiento” y “Taller lector” apuntan al desarrollo emocional y la expresión personal.

Claridad en el mensaje y público objetivo:

Muchos afiches incluyen un mensaje claro, accesible y atractivo, lo que sugiere que NNJ comprenden la importancia de llegar a sus pares con un lenguaje directo y motivador. Algunos incluso definen rangos etarios específicos, lo que indica una conciencia sobre la pertinencia de las actividades según las edades.

Estrategias de difusión:

La combinación de canales físicos (ventanas de Cecrea, afiches en la municipalidad) y digitales (TikTok, Instagram) sugiere que NNJ reconocen la importancia de una difusión multicanal. Además, destacan iniciativas como las de Vale (8 años), que propone fotocopiar y distribuir su afiche en la municipalidad, demostrando autonomía y compromiso con la convocatoria.

2. Respecto a la participación y permanencia de NNJ en los laboratorios creativos

- Duración

Opinión u observación de NNJ	Interpretación (Diagnóstico)
<ul style="list-style-type: none"> • “Que los laboratorios sean más extensos” (Génesis, 16 años). • 2 horas (3 afiches) • 2 horas y media 	El análisis sugiere que NNJ valoran laboratorios con una duración en torno a 2 a 2,5 horas . La solicitud explícita de que los laboratorios sean más extensos refleja una experiencia previa, donde el tiempo disponible pudo haber resultado insuficiente. Esto puede ser un indicador relevante para el diseño de futuras sesiones, priorizando tiempos que permitan un desarrollo más completo y menos apresurado de las actividades.

- Frecuencia

Opinión u observación de NNJ	Interpretación (Diagnóstico)
<ul style="list-style-type: none"> • “Que los laboratorios sean más extensos” (Génesis, 16 años). • 1 día 	Valoran una mayor frecuencia en los laboratorios, con preferencia por ciclos de 3 a 5 días . La mención de un

<ul style="list-style-type: none"> • 3 días (4 afiches) • 5 días (según comentarios de NNJ mientras creaban los afiches). 	<p>solo día aparece como excepción, mientras que la mayoría propone instancias más prolongadas, lo que sugiere que aumentar la frecuencia podría favorecer tanto la permanencia como el compromiso de NNJ con el proceso creativo.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

- Razones por las que han faltado o no regresan

Opinión u observación de NNJ	Interpretación (Diagnóstico)
<ul style="list-style-type: none"> • “El horario, se hacen los miércoles y los jueves (comentario colectivo sobre lo que impide participar con mayor frecuencia). • “El tiempo que tenemos disponible no es tanto, y muchas veces estamos en clase cuando se hacen los laboratorios y no podemos faltar a esas actividades. Lo que hemos tratado de hacer como estudiantes del liceo, es vincular a Cecrea con el liceo y trabajar con los mismos profesores y que la comunidad educativa y los mismos profes se enteren que es lo que se hace en Cecrea” (Camilo, 17 años). 	<p>Una de las principales barreras para la participación continua de NNJ en los laboratorios es la incompatibilidad horaria con las actividades escolares, especialmente cuando los laboratorios se programan en días y horarios lectivos. Esto limita su asistencia y permanencia. Sin embargo, también se observa una actitud propositiva, al sugerir articular Cecrea con el liceo como una estrategia para compatibilizar ambos espacios y ampliar la participación.</p>

- Rango etario

Opinión u observación de NNJ	Interpretación (Diagnóstico)
<ul style="list-style-type: none"> • “Ampliar el rango etario” (Mari, 19 años). • Varios/as solicitan ampliar el rango etario de convocatoria 	<p>Existe interés por parte de NNJ mayores de 18 años en seguir participando en Cecrea, lo que se expresa en la solicitud de ampliar el rango etario. Esto sugiere que el programa es valorado también por jóvenes en transición hacia la adultez, y plantea la necesidad de flexibilizar o diversificar las convocatorias para incluir a este grupo que busca continuar vinculado a espacios creativos, formativos y de encuentro.</p>

3. Respecto a la identificación de intereses e ideas para laboratorios Cecrea

- Qué les gusta y qué no les gusta de Cecrea

Lo que me gusta	Lo que no me gusta
<ul style="list-style-type: none"> • “Me gusta jugar al escondite” (Leonardo, 8 años). 	<ul style="list-style-type: none"> • “Que no hay patio” (Mike, 17 años)

	<p>“Patio” (varios NNJ al unísono)</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Más actividades para salir al aire libre” • “Salir más al aire libre” (Aylim, 16 años).
<ul style="list-style-type: none"> • “Lo que más me gusta es hacer manualidades y comer” (Vale, 6 años). 	<ul style="list-style-type: none"> • “Un poco más de libertad en la temática.” (Ailin, 11 años).
<ul style="list-style-type: none"> • “Me gusta Cecrea y conocer personas” (Cristian, 8 años). • “Conocer nuevas personas” (Luis Felipe, 9 años). 	
<ul style="list-style-type: none"> • “Desconectarme de la rutina” (Mari, 19 años). 	
<ul style="list-style-type: none"> • “Me gusta que haya distintas actividades... me sorprende” (Francisco, 12 años). • “Igual Cecrea no es un espacio para solo hacer laboratorio, es un espacio de reunión y encuentro, entonces puedes hacer muchas cosas” – Camilo (17 años). 	
<ul style="list-style-type: none"> • “Lo otro que me gusta de Cecrea es que igual sirve para empoderarnos como jóvenes, porque siempre pasa con los adultos que ellos tienen otra mentalidad. Por ejemplo, uno cuenta que está cansado y responden ¿cómo estás cansado si nunca has trabajado? Y eso me gusta de Cecrea, que te toman en cuenta, no ponen tu edad como un bloqueo o un detenimiento” (Mike (17 años). 	
<p>Respecto a lo que valoran se relaciona con la posibilidad de <i>jugar, crear, compartir con otros y sentirse escuchados</i>. Cecrea es visto como un espacio de libertad, encuentro y reconocimiento, especialmente por jóvenes que destacan sentirse validados y tomados en serio. Esta dimensión emocional y relacional se complementa con el gusto por actividades lúdicas y creativas, lo que refuerza la importancia de una propuesta flexible, variada y afectiva.</p>	<p>En cuanto a lo que no les gusta apunta a <i>limitaciones físicas y estructurales</i> (como la falta de patio o actividades al aire libre) y a ciertos márgenes en la <i>libertad temática</i>. Estas observaciones revelan el deseo de ampliar la experiencia Cecrea hacia entornos más abiertos y una participación aún más activa en la definición de los contenidos.</p>

- Ideas de laboratorios

Categorías y laboratorios	
 Artes Plásticas <ul style="list-style-type: none"> • Pintar con témpera • Squishies • Slime 	 Ciencias y Conocimiento <ul style="list-style-type: none"> • Constelaciones • Mezclas químicas
 Artes Escénicas (danza, expresión corporal) <ul style="list-style-type: none"> • Baile K-Pop • Maquillaje artístico 	 Tecnología <ul style="list-style-type: none"> • Robótica (2) • Programación
 Manualidades <ul style="list-style-type: none"> • Manualidades 	 Recreación <ul style="list-style-type: none"> • Juegos creativos
 Bienestar <ul style="list-style-type: none"> • Emociones 	 Habilidades sociales <ul style="list-style-type: none"> • Socializar

Conclusiones

Una vez realizada la sistematización y análisis de la Escucha en Cecrea Temuco, considerando el objetivo principal (Reflexionar con los y las participantes de Cecrea sobre el acceso y la participación de niñas y jóvenes en el Programa para contribuir con sus ideas y opiniones al diseño de una estrategia que fortalezca su participación significativa), y en directa relación con los objetivos específicos, podemos concluir lo siguiente:

- **Respecto a las estrategias de convocatoria y difusión del programa a nivel local para codiseñar acciones más efectivas**

Las estrategias de convocatoria actuales de Cecrea se apoyan fuertemente en las redes personales, especialmente el boca a boca entre NNJ, sus familias y amistades, lo que sugiere que la recomendación directa y cercana es un medio influyente para atraer nuevos/as participantes.

En cuanto a los productos de difusión, NNJ expresan una clara distancia con el estilo gráfico más institucional adoptado recientemente. Este cambio ha sido percibido como una pérdida de identidad visual lúdica, accesible y creativa, lo cual debilita la capacidad del material para representar fielmente el espíritu de Cecrea y captar nuevas audiencias.

Respecto a los canales y formas de difusión deseadas, se destaca la necesidad de reactivar colaboraciones con escuelas mediante experiencias vivenciales, como intercambios o visitas, donde los propios NNJ sean embajadores del programa. Además, se proponen estrategias mixtas que combinen afiches físicos en espacios escolares y comunitarios con una presencia digital renovada, especialmente a través de redes sociales populares como TikTok e Instagram. También se valora la posibilidad de incorporar voces jóvenes como influencers o voceros locales, y explorar nuevos entornos de difusión como espacios laborales de las familias.

Finalmente, en cuanto a los mensajes, NNJ sugieren enfocar la comunicación en tres pilares: Cecrea como espacio de apoyo emocional, su modalidad libre y colaborativa, y la gratuidad de las actividades. Estos elementos reflejan su experiencia y percepción del programa, y representan atributos diferenciales que pueden ser estratégicamente enfatizados en los mensajes para atraer a nuevos participantes. La creación de productos de difusión por parte de los propios NNJ —como afiches que combinan creatividad, ciencia, arte y medioambiente— refuerza la idea de que su participación activa en la comunicación puede aumentar la pertinencia, autenticidad y alcance de la difusión.

- **Respecto a la participación y permanencia de NNJ en los laboratorios creativos**

Respecto a la participación y permanencia en los laboratorios creativos, se evidencia un interés de NNJ por experiencias más prolongadas y continuas. La duración ideal de los laboratorios se sitúa en torno a las 2 a 2,5 horas, lo que permite un desarrollo más completo de las actividades sin sensación de apuro. Asimismo, se valora una mayor frecuencia, especialmente en ciclos de 3 a 5 días, lo que favorecería tanto la continuidad como el compromiso con los procesos creativos.

Entre los principales obstáculos a la participación sostenida se identifican los horarios incompatibles con

las actividades escolares, lo que limita la asistencia. No obstante, se destaca una actitud colaborativa y propositiva, al sugerir articular Cecrea con los liceos como vía para facilitar la participación.

Finalmente, la solicitud de ampliar el rango etario muestra el interés de jóvenes mayores de 18 años por seguir formando parte de Cecrea. Esto plantea la oportunidad de considerar franjas etarias de transición, reconociendo el valor que este grupo otorga a los espacios creativos y su deseo de seguir vinculados a ellos en etapas posteriores de su desarrollo.

- **Respecto a la identificación de intereses e ideas para laboratorios Cecrea**

NNJ valoran Cecrea como un espacio de libertad, creatividad, encuentro y reconocimiento, donde se sienten escuchados y pueden compartir con otros. Aprecian especialmente las actividades lúdicas y afectivas. Sin embargo, expresan críticas relacionadas con limitaciones físicas, como la falta de patio y actividades al aire libre, y solicitan mayor libertad temática. Las ideas para laboratorios son variadas y abarcan artes, ciencia, tecnología, bienestar y habilidades sociales, lo que refleja el interés por una oferta amplia, flexible y participativa, más conectada con sus intereses reales.

¿Qué haremos con esta información?

En Cecrea Temuco, la información recopilada en esta Primera Escucha Creativa será fundamental para el diseño de la programación de 2025 y el fortalecimiento de la participación de NNJ.

Respecto a las estrategias de convocatoria y difusión del programa a nivel local para codiseñar acciones más efectivas:

- Reforzaremos las instancias donde el trato personal y la interacción directa con las familias y amistades sean un medio relevante de difusión, capitalizando el valor del *boca a boca*.
- En cuanto a los canales de difusión con establecimientos educativos, se están realizando actividades en conjunto con ellos, dirigidas especialmente a compatibilizar los horarios de los NNJ. Se mantendrá y reforzará la entrega de afiches tanto online como físicos, así como dípticos informativos con las programaciones mensuales, y se buscará una participación más activa en ferias escolares.
- Cecrea Temuco destacará en su comunicación que es un espacio donde se consideran las emociones y el bienestar de los NNJ, respondiendo a la necesidad expresada de un espacio de apoyo emocional.

Respecto a la participación y permanencia de NNJ en los laboratorios creativos:

- Si bien los laboratorios ya tienen una duración de 2.5 horas por sesión, se modificarán para poder establecer ciclos semanales de 3 a 5 sesiones, buscando una mayor frecuencia y continuidad, tal como fue solicitado.
- Se fortalecerá la articulación con los colegios cercanos, consultando de manera constante los horarios de salida y actividades extraprogramáticas para mejorar la compatibilidad.
- Se tomará como variable los horarios de invierno y las afectaciones climáticas locales que pueden reducir la asistencia de los participantes, buscando soluciones o adaptaciones para esos periodos.

Respecto a la identificación de intereses e ideas para laboratorios Cecrea:

- Se considera que, cuando exista un mejor clima (primavera-verano), se realizarán experiencias que permitan salidas pedagógicas a espacios relevantes para la ejecución de los laboratorios, respondiendo al deseo de actividades al aire libre.
- En conjunto con el equipo, hemos analizado los intereses de los NNJ en los laboratorios de artes, ciencia, tecnología, bienestar y habilidades sociales, tal como fueron propuestos. En la actividad de "Devolución de la Escucha", se revisarán todas las propuestas de laboratorios entregadas por los NNJ. Se trabajará en conjunto para que ellos expresen qué piensan que sucederá en estos laboratorios, cuáles son las áreas donde creen que habrá convergencia entre sus ideas y cómo piensan que se podría difundir esto a sus amigos, fomentando así su participación activa en el diseño del programa.

Recomendaciones para la Programación Cecrea Temuco 2025: Vinculación entre la Escucha Creativa y el Plan Curatorial 2025-2028

Este documento presenta un conjunto de recomendaciones derivadas de la Primera Escucha Creativa Cecrea Temuco 2025, con el objetivo de orientar y fortalecer la implementación del Plan Curatorial Cecrea 2025-2028. A partir de las percepciones, intereses y propuestas expresadas por los niños, niñas y jóvenes (NNJ) participantes, se establecen vínculos concretos con los ejes estratégicos del plan: **Pensamiento Creativo, Vinculación Territorial**, componentes como: Bienestar, Sustentabilidad y Ciencia, Tecnología con acceso universal, y Participación Activa. Esta articulación busca asegurar que la programación local responda de forma pertinente y situada a las voces de los NNJ, y que se promuevan procesos creativos significativos, inclusivos y transformadores, tal como establece el modelo pedagógico de Cecrea. De todo lo descrito emana lo siguiente:

1. Eje: Pensamiento Creativo

Vinculación: NNJ expresaron la necesidad de expresarse mediante lenguajes visuales, sonoros y corporales, buscando libertad en las temáticas y espacios de creación. Esto se alinea con el enfoque de Cecrea de promover el pensamiento creativo como habilidad para el siglo XXI.

Recomendación conectada: Rediseñar productos de difusión y experiencias educativas desde un enfoque lúdico, participativo y estéticamente experimental, como afiches maximalistas, reels y laboratorios de creación multimedia.

2. Eje: Vinculación Territorial

Vinculación: La escucha evidencia la potencia de los vínculos con escuelas, familias, comunidad y territorio como canales de convocatoria y como espacios de resonancia emocional y simbólica.

Recomendación conectada: Consolidar nodos territoriales, promover laboratorios en espacios abiertos, activar redes interinstitucionales (como liceos y escuelas rurales), y profundizar la articulación con las mesas comunales mencionadas en el plan (Ciencia y Tecnología, Educación Artística, Convivencia Escolar, etc.).

3. Componente: Bienestar

Vinculación: NNJ demandan explícitamente espacios para tratar emociones, abordar la salud mental y escapar de la rigidez estructural. Valorán Cecrea como un lugar donde pueden sentirse escuchados y contenidos.

Recomendación conectada: Crear laboratorios centrados en el bienestar emocional (emociones, mindfulness, autocuidado), integrando prácticas artísticas y neurociencia como sugiere el plan curatorial.

4. Componente: Ciencia, Sustentabilidad y Tecnología

Vinculación: Las propuestas de NNJ incluyeron laboratorios de reciclaje, astrociencia, botánica, mezclas químicas y tecnologías creativas, reafirmando la necesidad de integrar ciencia, medioambiente y tecnología desde una mirada práctica e interdisciplinaria.

Recomendación conectada: Diseñar experiencias como “Recolectando música” (arte-sonido-reciclaje), “Mascotas de cartón” (manualidad y reutilización) o “Astrociencia”, en diálogo con proyectos estratégicos como Colores del Territorio y Tejidos, que cruzan artes visuales, artes circenses, ciencia, memoria, patrimonio y sustentabilidad.

5. Componente: Inclusión y Participación

Vinculación: La demanda por ampliar el rango etario y adaptar horarios escolares muestra el deseo de inclusión real de los NNJ en todos sus contextos. Además, valoran la toma de decisiones y la posibilidad de co-crear laboratorios.

Recomendación conectada: Flexibilizar franjas etarias, diseñar laboratorios con y desde los NNJ, y construir propuestas adaptadas a sus contextos, en coherencia con el principio metodológico CECREA del “derecho a participar”.

Bibliografía

- Eisner, E. W. (2004). *El arte y la creación de la mente: El papel de las artes en la transformación de la conciencia*. Paidós.
- Hart, R. A. (2008). *La participación de los niños en proyectos de desarrollo: Una introducción para quienes trabajan con niños*. UNICEF.
- Jenkins, H., Clinton, K., Purushotma, R., Robison, A. J., & Weigel, M. (2009). *Cultura participativa y competencia digital: Un nuevo paradigma para la educación de los medios*. Fundación Telefónica.
- Krippendorff, Klaus. (1997). *Metodología de Análisis de Contenido*. Teoría y Práctica. Barcelona: Paidós.
- Lansdown, G. (2005). *El desarrollo de la capacidad para participar: Derechos del niño y participación en la toma de decisiones*. Save the Children – Programa Regional de América Latina y el Caribe.
- Sterling, S. (2005). *Educación para el cambio sostenible*. Morata.
- Taylor, S. J., & Bogdan, R. (1986). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación: La búsqueda de significados*. Barcelona: Paidós.