

El desarrollo de la óptica. Por ejemplo, fue fundamental para el desarrollo del método de perspectiva cónica tal como hoy la conocemos. Las creencias religiosas, si las tenían, y la concepción del mundo fueron también determinantes. Su actividad económica y productiva, su ámbito geográfico y hasta la disponibilidad de tiempo del que dispusieran para realizar sus representaciones pictóricas.

La sociedad occidental, de la cual nosotros formamos parte, descubrió nuevas formas de representación a partir del siglo XV, durante lo que denominó el Renacimiento. El descubrimiento de ciertas nociones de óptica y el desarrollo de la geometría, en paralelo con el aumento y la organización en una escala cada vez más global (entendiéndose global dentro de los límites del viejo mundo) del comercio, generaron un cambio en la forma de ver el mundo.

Los límites del mismo se ampliaron, y el contacto con otras culturas aumentó el bagaje de conocimientos que en aquel entonces se poseía. El «Punto de vista» particular que predomina en la perspectiva cónica, se deriva de la manera de ver cada vez más individualista, originada a partir de la acumulación de riquezas, que aunque no fue característica de la época, comenzó a evidenciarse a partir de la evolución del comercio. Esta manifestación, evolucionada hasta límites inimaginables en nuestra época, contribuye a establecer como método estandarizado el sistema de representación de perspectiva.

Independientemente de los mecanismos físicos para aprehender la realidad, y de los procesos internos que hacen que los individuos construyan su propio mundo, los factores externos relacionados con las creencias religiosas que las manifestaciones individuales cobraban en la vida de ellos, influía en, y modelaba la representación de sus realidades. Un claro ejemplo son las manifestaciones pictóricas orientales, chinas sobre todo – y japonesas- y el arte de ciertas tribus no contaminadas por la cultura occidental. Muchos integrantes de culturas distantes no reconocen en la manifestación plástica los mismos elementos que reconocen otros, e incluso no pueden reconocerse a ellos mismos en la imagen impresa de una fotografía.

De manera muy resumida he mencionado una gran cantidad de conceptos sobre la percepción, sobre las manifestaciones en nuestra mente de la realidad que nos rodea, y sobre la representación de esta realidad.

No cabe duda en este punto, que el tema fundamental para una correcta aprehensión de los conocimientos de la representación en dos dimensiones, es una clara conciencia del espacio tridimensional en el que nos desenvolvemos. No basta con conocer y saber utilizar los elementos que componen el simple dibujo bidimensional – me refiero a la línea de horizonte, punto de fuga y medidores – sino conocer las relaciones entre esos elementos.

No es necesario tampoco aprender cualquier método de representación sin tener en claro el fin al que se quiere llegar. La representación de una porción de la realidad debe tener un objetivo definido, tanto una mera satisfacción personal, o la intención de comunicar una idea, un proyecto, las características de una producción existente en nuestra mente, y cuyas dimensiones y características físicas necesitamos que sean reproducidas lo más fielmente posible.

Cada representación tiene un porqué y responde a necesidades diversas. Cada método utilizado no debe responder a un capricho personal.

Se debe tener conciencia, y hacer entender al alumno, que

el éxito en la construcción de un plano, lámina o representación no depende de lo más parecido a la realidad que termine siendo el dibujo, sino de la coherencia que guarde con las reglas que dominan la representación elegida y practicada. Que los dibujos nunca van a parecer reales, sino que van a permitirnos hacer una representación en nuestras mentes de sus dimensiones y características. Que vamos a poder manipularlos y modificarlos sin necesidad de tocarlos, y que vamos a poder pensarlos en relación a otros que ya tengamos incorporados.

Cualquier método debe ser explicado teniendo en cuenta el contexto en el que fue creado. Que las reglas que la dominan son convencionales, e implican una codificación y decodificación constante. Y que cada método implica una drástica deformación de los elementos representados. Que podemos deformarlos más drásticamente aún moviendo los hilos correctos dentro de límites aceptables. Y que podemos hacerlo a voluntad, logrando experiencias diversas en quien observa nuestra producción.

Las reglas de la representación no están hechas para dominarnos, sino para que las dominemos nosotros a ellas. Dentro de un marco profesional de una actividad industrial, se deben respetar escalas y dimensiones. Relaciones entre elementos y una organización rigurosa de las partes para que aquello que deseamos representar resulte legible para todo aquel designado para decodificarlo.

Pero fuera de ese contexto, somos libres de llevar al extremo las variables del método de representación elegido. Podemos utilizar el conocimiento que tenemos de la realidad en la que nos desenvolvemos. Podemos jugar con los elementos que la conforman. Sacar provecho de la capacidad creativa que logramos desarrollar a partir del conocimiento de ese espacio, sin por ello rendir cuentas a quienes no entiendan ni se esfuercen por comprender el significado y los beneficios que tal práctica conlleva.

E incluso podemos violar sus reglas, sin considerar por ello, que estamos cometiendo pecado alguno.

El organizador de eventos. Alcanzando el éxito a través de un hecho notable.

María Susana Ruiz

El principal objetivo de la materia que enseño Organización de Eventos III es incentivar la creatividad de los alumnos, los ánimo a ilusionarse con ideas brillantes, seductoras, que los deslumbren y se enamoren de esa idea. Dejo volar su imaginación, sin límites, porque sé, que al final, la realidad los bajará a tierra (el aspecto económico, los tiempos fijados para realizarlo, etc.)

Empiezan las clases con muchas ganas de aprender, pero con más ganas de hacer. Hacer realidad los proyectos, apostando a un futuro exitoso. Los estudiantes llegan creyendo que ya está todo hecho y que queda muy poco por hacer o crear.

Hacerles comprender que no es así y que aún queda mucho por hacer y poco por copiar, no es tarea fácil.

La teoría es importante saberla para aplicarla y poder llevar a cabo los eventos con el menor margen de error posible. Poder que puedan transmitir a sus futuros clientes, que son

profesionales creativos, creíbles, responsables y capaces de resolver situaciones inesperadas.

Usamos la creatividad, no sólo para generar nuevos proyectos e ideas, sino para resolver los imprevistos. La capacidad de reaccionar acertadamente y en el tiempo que se dispone ante situaciones reales y conflictivas, dándoles todas las herramientas posibles para poder resolverlas, basándonos en hechos reales que suelen acontecer mientras transcurre el evento y trabajamos sobre las posibles soluciones.

Me interiorizo en los gustos de cada uno, detecto a través del conocimiento que voy adquiriendo a medida que los escucho generar ideas y proyectar el desarrollo de las mismas, observo atentamente sus actitudes y aptitudes, y trato de ordenarlos. Para que los estudiantes se den cuenta, dentro de que área se sienten más cómodos trabajando (área producción, área comercialización, área creativa, generadores de ideas, etc.).

En base a las cualidades, aptitudes y preferencias de cada uno preparo los trabajos.

Dada la poca teoría bibliográfica que existe en esta disciplina, les transmito mi propia experiencia no sólo en palabras, sino a través de videos, fotos, gráfica, programas de TV, realizados por la empresa a la que pertenezco, dedicada a la organización de eventos en estos últimos veinte años.

Explicándoles que para facilitar la comprensión, elaboración y el desarrollo del proyecto, deben tomar prestado conceptos básicos de otras disciplinas, desde las Relaciones Públicas, para poder lograr una comunicación eficaz del evento, la Publicidad, para lograr un impacto visual, atrayente, seductor y diferente, el Diseño Gráfico, para plasmar el desarrollo del evento en imágenes, la Comercialización, para poder elaborar un plan de negocios estratégico y exitoso a la hora de vender el proyecto.

El Ceremonial y Protocolo, la Televisión, etc, generaron la posibilidad, de poder sorprenderlos, y utilizar diferentes técnicas, para que puedan poner en práctica lo aprendido hasta ese momento y lo que queda por aprender, sea otra experiencia más.

Hago hincapié en el formato que aplicamos para el desarrollo de mega-eventos. El cual una vez aprendido y comprendido lo podemos aplicar en todo tipo de eventos, moda, deportivos, culturales, sociales etc. a nivel nacional e internacional.

Creándoles nuevas expectativas en lo que ellos están convencidos, que ya «esta todo hecho».

Los involucro, los envuelvo y los introduzco en algo desconocido. Los traslado a escenarios exóticos, históricos, paradisíacos, para muchos, inalcanzables.

Pero a la vez trato de abrir sus mentes para poder crear algo nuevo, una idea, un concepto, un evento, único.

Logrando así, mi objetivo, ser diferente en la organización de un evento, con características especiales. Que sea nuevo, innovador, deslumbrante y creativo. Los invito a participar de esta nueva experiencia, dándole ejercicios, que deben elaborar, siguiendo pautas estipuladas previamente.

Luego de asistir a eventos que con mucho esfuerzo puedo llevarlos, ya que son super exclusivos y sólo se va por invitación, les pido que realicen un informe detallado y sumamente descriptivo, con ojo muy crítico, y observador para luego evaluar el impacto que dicho evento provocó en cada uno de ellos y así, poder ver con más precisión el poder receptivo que tienen individualmente.

Lo evaluamos juntos en clase, como trabajo grupal y muchas veces en forma individual.

Asisten a eventos de todo tipo, exposiciones de pintura, escultura, degustaciones, desfiles nacionales e internacionales, lanzamiento de productos, exposiciones deportivas de autos clásicos, presentaciones de suplementos gráficos de diarios, presentaciones de libros, inauguraciones de diferentes lugares, en fin, una gran variedad, con lo cual les permite conocer nuevos lugares, además de personalidades de diferentes ámbitos, relacionistas públicos, personajes del espectáculo, artistas, locutores, periodistas, personajes famosos del arte, grandes empresarios, economistas, escritores, deportistas, etc. Estos trabajos normalmente los hacemos fuera del horario de clase.

Hoy, en la Facultad de Diseño y Comunicación, como docente y participe de la formación de futuros organizadores de eventos (me dediqué a la formación de new faces, mujeres vinculadas al mundo de la moda específicamente, profesionales exitosas a nivel nacional e internacional, de las cuales me siento muy orgullosa), considero sentirme capaz de aportar mis conocimientos en el tema, no sólo de «cómo hacerlo» sino también del proceso evolutivo del mismo.

La formación de un organizador es un proceso lento que requiere de mucha capacitación, cosa que no se logra de un día para otro, hay todo un proceso que lo acompaña.

Cuando llega el momento, de lo que llamo la madurez profesional, donde se sienten capaces de diferenciar entre lo importante, lo indispensable y lo necesario y así poder lograr un orden de prioridades, concepto básico dentro de la organización (a mi modo de ver), ya están preparados para hacer, para la acción.

Cito a Anatole France cuando dice: «Un Evento no es un hecho cualquiera, es un hecho notable».

Y apoderándome por unos segundos de sus palabras me atrevería a decir después de veinte años de experiencia en trabajos realizados que, un organizador de eventos no es un organizador cualquiera, es aquel que sabrá, como transformar su evento en un hecho notable. Para así alcanzar el éxito tan esperado.

Este en mi mayor deseo, para todos aquellos alumnos que eligieron esta maravillosa y creativa carrera y que particularmente me ha dado grandes satisfacciones.

Ojalá que en un futuro no muy lejano podamos sentirnos orgullosos, que de alguna forma, nosotros, los docentes, tuvimos algo que ver.

Por una reflexión en movimiento.

Eduardo A. Russo

Frente a la expansión de las propuestas de enseñanza universitaria en medios audiovisuales, y considerando la acelerada dinámica que posee este campo, tanto en lo que respecta a los cambios en las competencias profesionales, como en cuanto a los conceptos teóricos, analíticos y críticos en que ellas se enmarcan, nuestra presentación se dirige a realizar algunas consideraciones que contribuyan a la articulación de ideas y praxis, para asentar sobre bases firmes la pertinencia de esta formación en el campo académico.

En primer término cabe resaltar la necesidad de generar y fortalecer un proyecto formativo de los estudiantes de cine y medios audiovisuales que no se reduzca a la capacitación de cuadros técnicos para los requerimientos de una hipotética industria establecida o un presunto mercado —siempre