

## El ámbito universitario como interfaz. Encuentros, interacciones e intercambios.

Fecha de recepción: agosto 2014  
Fecha de aceptación: noviembre 2014  
Versión final: marzo 2015

Jazmín Adler (\*)

**Resumen:** La ponencia presenta las estrategias creativas implementadas en el marco de la materia Organización de Eventos III, orientada a que los alumnos ensayen la actividad del gestor cultural. Dichas estrategias transforman al ámbito universitario en una verdadera interfaz, entendida como punto de encuentro, intercambio e interacción entre alumnos y docentes.

**Palabras clave:** eventos culturales –gestión cultural – práctica profesional

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 45]

En el campo de las artes electrónicas, el concepto de interfaz, proveniente del terreno de la informática, refiere a los dispositivos que median la relación entre las obras y sus usuarios. Se trata de mediadores tecnológicos que propician el desencadenamiento de una relación en tiempo real entre el ser humano y el sistema (Lippman, 1982). En las obras interactivas asistimos a una actividad mutua y simultánea entre el sujeto y la tecnología, es decir, un diálogo automatizado entre el usuario y el programa (Dinkla, 1997). El discurso de los artistas, expresado en su producción, es transformado por la acción del público de manera permanente. Arlindo Machado (2000), especialista en medios digitales y telemáticos, concibe a la pieza interactiva como una obra potencial, debido a que determina un campo de posibilidades, cuya concreción depende de las decisiones que toman los usuarios durante su participación. Las significaciones potenciales se definen entonces en el intercambio entre el público y la obra. Esta última muta y evoluciona a nivel visual, táctil, auditivo, e incluso olfativo, según las acciones de los usuarios. Las respuestas de la obra frente a los estímulos provocados por el público promueven nuevas interacciones que vuelven a modificar la pieza. Esta lógica se repite siempre que se cuente con la interacción de los usuarios.

Precisamente, el término interfaz es la traducción del vocablo anglosajón *interface*, que significa punto de interacción. Si extendiéramos las definiciones propuestas, podríamos pensar que un determinado sitio, emplazamiento, territorio o lugar, también sería una interfaz. El espacio físico y simbólico de la universidad encarna un punto de encuentro entre la institución educativa y sus alumnos. Es allí donde los estudiantes dialogan con las distintas áreas, actividades, compañeros y docentes. Entender a la universidad como interfaz permite concebir a este ámbito como un territorio dinámico y plural donde se intercambian ideas y experiencias. El espacio del aula en particular se transforma clase a clase en el escenario de interacciones. No se trata de que el docente transmita unilateralmente contenidos estáticos e indiscutibles, sino de que propicie la interacción mediante distintas estrategias.

A continuación, se expone una de las metodologías de trabajo empleadas en Eventos III, asignatura de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de

Palermo. Esta materia forma parte del segundo año del plan de estudios de la carrera de Organización de Eventos, y tiene como objetivo proporcionar a los alumnos las herramientas necesarias para diseñar, planificar, gestionar, supervisar y evaluar todo tipo de eventos vinculados al arte y a la cultura en general.

El gran desafío del curso es lograr un equilibrio entre la teoría y la praxis. Cada semana se abordan conceptos teóricos, al tiempo que se promueve su aplicación práctica. La gestión de eventos requiere conocer determinadas tipologías, categorías y nociones, pero también ejercitar el trabajo profesional, debido a que gran parte de la responsabilidad del gestor consiste en resolver imprevistos, y actuar ante situaciones diversas que surgen únicamente durante el evento. Por este motivo, se divide la clase en dos partes. En el transcurso de los primeros noventa minutos se presentan los contenidos correspondientes a cada uno de los módulos, y se aborda la bibliografía obligatoria. En la segunda mitad de la clase, se lleva a cabo un ejercicio práctico que invita a los alumnos a aplicar los conceptos presentados en la primera parte. Por ejemplo, en el encuentro dedicado a las intervenciones artísticas, después de abordar el concepto, delinear sus características principales, proyectar imágenes de algunas intervenciones que protagonizaron diversos eventos culturales, y comentar las distintas posibilidades con las que cuenta el organizador para incluir a este tipo de manifestaciones en sus eventos, los alumnos deben formar grupos de cuatro o cinco personas. Cada uno de los grupos recibe un papel en el cual se describen los objetivos de un determinado cliente (un museo de arte, una entidad gubernamental, una corporación, etcétera). Frente a estos requerimientos, cada grupo debe idear un evento cultural que responda a las necesidades de los clientes, e involucre una o más intervenciones. Para ello, los alumnos tienen que plantear en qué consistiría el evento, qué actividades propondrían como parte del mismo, y dónde lo llevarían a cabo.

Luego de la exposición de las diferentes propuestas, cada uno de los grupos debe señalar las fortalezas y las debilidades que cree que el evento de los compañeros presenta. Este punto es fundamental porque subraya la importancia de que el gestor cultural cuestione permanentemente las decisiones que toma y los caminos que emprende. Como sugiere Lidia Blanco, cuando tenemos

en cuenta que trabajamos con una materia ingobernable, amplia y modificadora:

“(...) estamos preparados para aceptarnos como intermediarios, como canalizadores entre la creación y los creadores, los medios y los gestores, los receptores y sus críticos, la memoria y sus investigadores. Desde ese lugar móvil, inseguro, polémico, podemos y tenemos que pensar la gestión cultural” (Blanco, L., 2011, p. 53).

Una vez realizados los comentarios, desde el lugar docente se sugieren algunas ideas que podrían potenciar los proyectos. Después de haber compartido todas las propuestas, se procede a mostrar materiales audiovisuales sobre los eventos reales que se hicieron para satisfacer los requerimientos planteados. Nuevamente, los alumnos deben analizar los puntos fuertes y débiles de estos proyectos.

En consecuencia, el aprendizaje se constituye en la relación entre los alumnos, sus compañeros y el docente, en el marco propiciado por la universidad. Los comentarios, reflexiones, sugerencias y explicaciones de unos, constituyen estímulos y acciones que provocan determinadas respuestas y reacciones en otros. Al igual que en la obra interactiva, las respuestas se transforman, una vez más, en nuevos estímulos que motivan sucesivas reacciones. La variabilidad, permeabilidad y contingencia, características propias del arte interactivo, reaparecen en nuestro ámbito. El espacio de la clase, entendido como interfaz, define un territorio camaleónico, dinámico y transformador, signado por los múltiples y diversos encuentros e intercambios. Es, en suma, un auténtico punto de interacción.

#### Referencias bibliográficas

Blanco, L. (2011). *“El estado de la cultura y la cultura del Estado: un acercamiento a la gestión cultural”*. En Onaindia, J.M. (S/F.) *Cultura en un mundo global: reflexiones sobre cultura y política internacional*. Buenos Aires: Errepar.

Dinkla, S. (1997). *Pioniere interaktiver Kunst von 1970 bis heute*. Alemania: Hatje Cantz.

Lippman, A. (1982). *“Emerging Computer Media: On Image Interaction”*. Proc. SPIE 0318, First International Conference and Workshop on Picture Archiving and Communication Systems, 383 (14 de enero de 1982).

Machado, A. (2000). *“El advenimiento de los medios interactivos”*. En La Ferla, J. y Groisman, M. (2000). *El medio es el Diseño: estudios sobre la problemática del Diseño y su relación Medios de Comunicación*. Buenos Aires: Eudeba/ Libros del Rojas.

**Abstract:** The paper presents creative strategies implemented in the context of the subject Event Organization III, aimed at students rehearse cultural promoter activity. Such strategies transform the university into a real interface, understood as a meeting, exchange and interaction between students and teachers.

**Keywords:** Cultural events - cultural management - professional practice

**Resumo:** A conferência apresenta as estratégias criativas implementadas no marco da matéria Organização de Eventos III, orientada a que os alunos ensayen a atividade do gestor cultural. Ditas estratégias transformam ao âmbito universitário em uma verdadeira interface, entendida como ponto de encontro, intercâmbio e interação entre alunos e professores.

**Palavras chave:** eventos culturais – gestor cultural - prática profissional

<sup>(\*)</sup> **Jazmín Adler.** Licenciada en Artes (UBA). Realizó cursos de la Licenciatura y Master en Arqueología e Historia del Arte (Paris-Sorbonne).

## La generación Y, las marcas y la universidad.

Leandro Africano <sup>(\*)</sup>

Fecha de recepción: agosto 2014  
Fecha de aceptación: noviembre 2014  
Versión final: marzo 2015

**Resumen:** La realidad económica, los cambios sociales y la incertidumbre lograron en los últimos años que muchas marcas se quedaran sin libreto, sin una bitácora que las ayude a procesar el presente y vincularse correctamente con su audiencia. En este contexto irrumpe la Generación Y como demarcadora del consumo presente y futuro. ¿De qué manera se integra la universidad en este proceso?

**Palabras clave:** marca – generación – migrantes digitales

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 48]