

Dossier: A propósito de los eventos.

M. Sc. Gabriel Enrique Gutiérrez Menéndez

Introducción:

Los textos presentados en el presente dossier responden a la necesidad de capacitación del capital humano en el sector de la cultura en el tema de la gestión de eventos, diagnosticada por el Centro Nacional de Superación para la Cultura del Mincult mediante la red de capacitadores de las instituciones, centros, consejos y empresas del sector.

Sirvan, de esta forma, como punto de partida para el estudio, la investigación y generación de propuestas de acuerdo con las especificidades de cada evento.

Primera parte: El evento como organización.

El crecimiento - desmedido o no - de los eventos, el hecho de clasificar como tal a todo lo que acontece, la falta de preparación técnica y metodológica de quienes se adentran (fomentando quizás el intrusismo y la improvisación) en ese hermoso, apetecible pero complejo proceso, la ausencia de bibliografía cubana especializada y sobre todo en muchos casos la insuficiencia de un pensamiento y una actitud estratégica para su gestión, motivan estos comentarios a modo de provocación: se trata de abordar algunas cuestiones generales de lo que llamamos Gestión de Eventos, particularmente los que se desarrollan en el mundo de la cultura, desde metodologías diversas y con la intención de promover el estudio y la sistematización de prácticas individuales y organizacionales sin proponer una alternativa única toda vez que cada evento es un singular, y singular la forma en que se gestiona.

El evento se nos presenta en sí mismo como una organización sostenida por estrategias, procesos, estructuras, sistemas, recursos (humanos, materiales y financieros) relacionados entre sí y una cultura que lo identifica desde valores compartidos por todos los que se implican en su realización. Evento/organización en constantes intercambios con el entorno, asegurando

así una renovación permanente y orientación en correspondencia con los cambios y las transformaciones que en el mismo se suceden.

A su vez, el evento se distingue como producto / servicios para un mercado muy dinámico y con posibilidades de crecimiento infinitas, vinculados a otros servicios que lo hacen potencialmente competitivo e insertan en estrategias de desarrollo a todos los niveles desde perspectivas sociales y económicas con independencia de sus perfiles y modalidades. En este orden es obligatorio reconocer los atributos que lo distinguen y por consiguiente diferencian, a qué públicos se vinculan sus estrategias en correspondencia con necesidades identificadas, por qué vías se distribuye y promociona, qué opinión merece desde los públicos participantes, entre otros aspectos a valorar.

La tendencia actual de los eventos y en particular los que se desarrollan en el mundo de la cultura debe ser al crecimiento numérico, tanto en lo nacional como lo internacional, pero es menester atender con suma atención la calidad de cada una de las propuestas en tanto fuente de ingresos pero, sobre todo, vía expedita para la socialización de experiencias e instrumento para el reforzamiento de los procesos identitarios en las instituciones culturales y posicionamiento de la cultura nacional.

Ideas claras traducidas en objetivos precisos y medibles que tributen al alcance de resultados en términos de eficiencia, eficacia y efectividad, comunicación efectiva y afectiva, trabajo en equipo y liderazgo que deben acompañar el proceso de gestión de un evento en todo momento desde múltiples dimensiones, los cuales “como detractores dinámicos, revelan áreas de atención sensible como tendencias comportamentales que definen patrones, hacia los que deben ser focalizados los recursos metodológicos que sustentan su diseño, ejecución y evaluación.” (1) (Carriera, 2010: página 15). Estas dimensiones -humanista, política, comunicativa, tecnológica, investigativa, ético, estética, artística...- configuran en su accionar un entretejido de relaciones que son condición básica para el éxito de la propuesta.

Como sistema abierto en constante intercambio con la organización cultural que lo genera, los públicos y entornos donde desarrollan su actividad, el evento se erige espacio permanente de construcción de conocimientos y sentidos de identidad, pertenencia y compromiso social de los sujetos participantes que re-significan saberes y prácticas que para el sector cultural, vinculado al arte y la literatura, se particularizan por sus relaciones con artistas y creadores que realzan los significados simbólicos de sus representaciones impactando en las metas organizacionales a corto, mediano y largo plazo; contribuyendo de esta forma al fortalecimiento de los valores identitarios de las organizaciones culturales que los gestionan, su imagen y el posicionamiento de la Cultura en general.

En particular, los eventos propios del sector cultural se caracterizan por una amplia capacidad de movilización social por la diversidad de propuestas estéticas que responden a necesidades de una amplia gama de públicos, lo cual exige diversidad de mensajes por múltiples vías, formas y códigos. Interacción e integración de manifestaciones culturales que refuerzan en su mayoría elementos de identidad nacional y son expresión de la política cultural.

En resumen, puede aseverarse que los eventos se estructuran y gestionan sobre la base de necesidades identificadas en las organizaciones, responden a problemas reconocidos y se orientan a objetivos muy concretos; tienen tiempos de vida propios, se desarrollan en espacios determinados y con un ciclo de gestión que en el caso particular del sector cultural se articula directamente con las políticas culturales, las estrategias y programas de desarrollo cultural, contribuyendo a su dinamización y asumiéndose, desde su diseño, como proyecto cultural.

(1) Carriera, Julia (2010). La gestión de proyectos socioculturales. Una aproximación desde sus dimensiones. Editorial Adagio. La Habana.