

PRÓLOGO

Detrás de un título tan excitante como *La industria de las emociones: casos prácticos de Eventos Corporativos*, no cabe esperar sino una explosión de ideas renovadoras que transformen el amplio entorno de esta ¿disciplina?, ¿materia?, ¿ciencia?. Pero la autora, no solo pone con ello altas las expectativas con la lectura de este libro, sino que además osadamente se atreve a echar mano de un campo tan complejo como las emociones para relacionarlas ni más, ni menos, que con la industria y por ende con los resultados de Eventos Corporativos.

La profesora Campos, ha sido desde hace muchos años, una arriesgada pionera y defensora del desconocido mundo del protocolo (del que curiosamente la mayoría de la gente cree saberlo todo, y el resto piensa que no sirve para nada) así como una incansable trabajadora de todo lo que respecta a la escenografía, puesta en escena, organización, valoración, estudio, etc., de lo que hoy se conoce como la organización de eventos.

Sería interesante tener una respuesta objetiva a las preguntas de ¿qué cantidad de dinero mueve en el mundo la vertiente específica MICE (*meetings, incentives, conferencses & exhibitions*) del sector empresarial? y de ¿qué número de gente trabaja en él?, porque con ello nos daríamos cuenta de la trascendencia de este estudio al que la autora nos lleva de manera libre y desinteresadamente (dos aspectos vitales para todo) para adentrarnos en lo que podríamos llamar uno de los grandes gigantes del siglo XXI (porque en este siglo ya no tan nuevo, hay

muchos gigantes, quizás ¿porque también hay muchos liliputienses?) animo desde aquí a la profesora Campos a que nos diga en el futuro algo al respecto.

Nos encontramos pues, ante toda una aventura eso si, excitante, como decía al principio, donde desde la primera línea, vamos siendo introducidos con sumo rigor por una profesional que nos va guiando acertadamente para poder entender algo tan complejo y cambiante como son las tendencias, los gustos, los caprichos y las emociones que hacen que las tendencias, los gustos y los caprichos se decanten o cambien sin mayores explicaciones, y a su vez, de cómo saber hacerlo para que sea interesante y productivo al mismo tiempo. En esta ¿disciplina, historia o filosofía? no se puede jugar con nada, ni nada puede quedar al azar porque se puede perder mucho dinero y muchos puestos de trabajo.

¿Estamos en los albores de un milenio romántico, donde las emociones priman por encima de otros elementos?, ¿hemos terminado con la razón para dar paso a un mundo postglobalizador donde se comparte casi la intimidad más profunda en esa tela de araña que suponen las nuevas tecnologías y las redes sociales?, ¿es este el siglo del consumismo emocional? porque si es así, y parece que lo es, hay que tener muy claro cómo vender o comprar emociones. Utilizarlas con fines comerciales puede resultar muy peligroso ya que un mal uso nos haría caer en la “blandenguería” o en la enajenación o el desequilibrio del futuro cliente. Es importante tener en cuenta que las emociones son algo que no se ve, que no se pesa, que no se mide, y que sin embargo los resultados de su uso pueden tener un alto precio.

La profesora Campos nos acerca a uno de los sectores empresariales más al alza, el de los eventos, donde a través de sus reflexiones, nos incita a la comprensión de la transformación industrial de los mismos haciendo uso para ello de las emociones al compás de la demanda de la actual sociedad de consumo.

La formación académica y docente de la autora, la capacitan sin lugar a dudas, no solo para realizar un trabajo de investigación como éste, sino para maximizar sus beneficios, llegar adecuadamente al sector al que va dirigido y convertirlo a su vez en un elemento de uso necesario para el conocimiento, aproximación y desarrollo en el trabajo de Eventos Corporativos. Su capacidad comunicativa, adquirida no solo por su formación, sino también por sus años de experiencia como profesora, la convierte en una pieza clave para facilitar el acceso a su trabajo. La autora es una persona además práctica, que ha desarrollado con este trabajo un recurso accesible y cómodo.

Llegados a este punto, nos ocupa valorar cómo la autora de este estudio realiza una “historia de la historia” de los Eventos Corporativos, analizando en profundidad ochenta y cuatro casos prácticos que datan del año 2005 al 2010. A este arduo trabajo, realizado rigurosamente, la Doctora Campos le otorga un papel importante que le va a hacer ocupar un gran espacio en una disciplina tan nueva e interesante como la que nos ocupa, y es que a través de fichas (cuyo uso defiende con interés al inicio del libro), elaboradas de manera meticulosa y ortodoxa, queda transformado en una herramienta de trabajo útil y práctica. En estas fichas se han contemplado los mismos campos en todos los eventos estudiados por lo que la aproximación a cada uno de ellos resulta necesariamente rigurosa y objetiva.

Es importante tener en cuenta, que otorgar una “infraestructura” de esta índole a los actuales y futuros profesionales del sector, hace que este libro se convierta en un manual de referencia pudiendo llegar a ser con seguridad una “fuente de fuentes”.

M^a. Pilar Escanero de Miguel,
Prof. Titular de Historia del Arte-UMH y
Miembro del Consejo Científico-Académico-IsPE/ISCE-URJC

1.- PRESENTACIÓN: “LA INDUSTRIA DE LAS EMOCIONES: CASOS PRÁCTICOS DE EVENTOS CORPORATIVOS”.

Cuando el diácono y profesor de matemáticas Charles Dodgson (conocido bajo el pseudónimo Lewis Carroll) escribió a mediados del s. XIX sus libros sobre Alicia (Alicia en el país de las maravillas y a través del espejo), lo hizo como divertimento adulto, para estimular la percepción de realidad y su lógica con mayor libertad, para ir más allá. A la postre, seguramente, Dodgson no se imaginaría que sus delirantes planteamientos quedarían superados, realizándose así la celeberrima expresión del mundo del espectáculo de su tiempo: “la realidad siempre supera la ficción”. Y es que, la industria de los eventos, cada más es la industria de las emociones... Pero, ¿cómo es posible tal cosa?

Por no retraerse muy atrás, se fija la globalización como punto de partida del giro hermenéutico, sobre cómo la industria de los eventos se ha vuelto la industria de las emociones. Téngase en cuenta que, la globalización supone un proceso de apertura del mundo conocido y cambio de mentalidad al respecto, dando lugar a una serie de cambios acelerados. De ahí las etiquetas que reciben nuestras sociedades actuales, que son calificadas de *riesgo*, *líquidas*, *aceleradas*, *glocales*, etc.¹. Eso quiere decir que las normas e instituciones tradicionales están desapareciendo, para

¹ Sánchez-Bayón, A.: *Filosofía Político-Jurídica Glocal*, Saarbrücken: EAE, 2012. – *Renovación de la Filosofía Social Iberoamericana*, Valencia: Tirant lo Blanch, 2013.

que emerjan en su lugar otras novedosas, pero que aún se están definiendo. El caso es que se están abandonando las supuestas seguridades de un mundo muy delimitado y tecnocrático, dominado por el Estado-nación, para transitar hacia una aldea global, pero que no termina de cuajar, con sus normas e instituciones propias. Como es habitual en los procesos históricos, se está produciendo una pendulación: recuérdese cómo se pasó de la Ilustración y neoclasicismo del s. XVIII, al romanticismo decimonónico. Por tanto, no es de extrañar que los grandes temas de nuestro tiempo sean los debates identitarios, la gestión de las emociones, etc. En términos económicos y empresariales, propiamente, ya no interesa tanto la comercialización de bienes y servicios, y menos aún, su adquisición, sino que el objeto de negocio hoy en día es más bien el disfrute de tiempo y experiencias. De ahí que el sector empresarial de los eventos – dicho sea de paso, uno de los más pujantes (en cuanto a volumen de negocio y apertura de nuevos campos), máxime en su vertiente específica MICE (*meetings, incentives, conferences & exhibitions*, o sea, reuniones, atracciones, congresos y exposiciones o ferias)-, actualmente, respondiendo a las demandas sociales, se ha vuelto una industria de las emociones: si la gente consume emociones (quiere sentirse más joven, atractiva o en forma; vivir una experiencia, para poder contarla en redes sociales), entonces los eventos han de volverse emocionales también. Sin embargo, el gran riesgo hoy es el efecto paradójico: interpelar a las emociones –nada más humano y social-, sin resultar emotivo, ni terminar alienando al público. ¿Qué se quiere decir? Sencillamente, tras una larga etapa dominada por lo técnicoracional, actualmente se demanda el dar satisfacción a lo emocional-irracional: el sentir que se conecta, que se es parte de algo mayor, y al mismo tiempo se disfruta de una experiencia única e irrepetible. Frente a la racionalidad técnica, que en principio puede acometer más rápido y de manera más eficiente la máquina, el ser humano desea dejarse sorprender e ilusionarse. Esa ha de ser

el tipo de emoción a fomentar, que estimule la humanidad y sociabilidad (como efímeras expresiones de arte en vivo), conducentes a la anhelada sociedad del conocimiento. Por la parte que le toca a la industria de los eventos –sin caer en *wishfull thinking* o confundir el deseo con la realidad-, resultaría recomendable que esa fuera su visión y misión ahora: no sólo el contar con profesionales expeditivos y resolutivos, sino también con un alto sentido artístico y ético, siendo así capaces de ofrecer respuestas adecuadas y viables y, sobre todo, legítimas (que todos estén convencidos de que se trata de la mejor respuesta posible, aportándose seguridad y confianza ante tanto relativismo y confusión). En cuanto al sentido artístico, se invita a recuperar los criterios orientativos clásicos (bien y belleza) y modernos (éxito y beneficio). Y en lo tocante a la ética, basta con respetar las virtudes cardinales (sabiduría, templanza, justicia y fortaleza). En caso de no preparar así a los futuros profesionales de la industria de eventos, para que realicen un trabajo con emociones sanas, orientadas a la perfección humana y una mayor sociabilidad, se corre el riesgo de terminar siendo responsables de una sociedad masa de consumismo global, alimentada con emociones tóxicas (e.g. morbo, escándalo, escarnio, ofensa)²: es exactamente el mismo reto que afrontaran a mediados del s. XX los profesionales audiovisuales, en concreto los del sector televisivo, teniendo que decidir entre una programación de la cultura y las noticias o de la *telebasura* –y ya es consabido el resultado de degradación del sector, junto con la precariedad e intrusismo laboral para sus operadores-.

² El riesgo de la realización de la sociedad masa global de consumismo, fruto en buena medida del fomento y explotación de las emociones tóxicas, se debe a falsas necesidades y dependencias artificiales conducentes al endeudamiento desorbitado de consumidores infantilizados (autocentrados y movilizados pulsionalmente, por lo que lo quiere todo ya), alienados (viviendo en una burbuja de insatisfacción por un consumo imposible de saciar, que aleja de cualquier atisbo de realidad), y teledirigidos (bombardeados por las TIC para cultivar las denunciadas emociones tóxicas).

Por tanto, el profesional de la organización de eventos y las relaciones institucionales en un mundo posglobalizado, no sólo ha de dar buena cuenta de las habilidades y destrezas anteriormente citadas (ser resolutivo, expeditivo, etc.), sino que también tiene que resultar ingenioso y creativo, propiciador de sostenibilidad (tan para los eventos concretos como para la marca)... ahora, además, ha de saber generar y gestionar la emoción: ser un comunicador de historias y sensaciones, conectando y enriqueciendo al público receptor, que ha de involucrarse y desear más; igualmente, a través de las emociones, se ha de poder influir y condicionar los afectos (e.g. filias, modas).

Todo lo dicho y más, es lo que condensa la emoción en los eventos. No se trata –como unos pocos pretenden– de la mera reducción a la participación de los sentidos (e.g. los sonidos, las luces, los colores), ni siquiera el espectáculo fastuoso, ni el *efecto wow* (e.g. la plástica de la tecnología y el acercamiento del futuro, la grandiosidad y lo impactante, la hipernovedad y la sorpresa). Tales menciones, únicamente, resultan una pequeña parte de la escenografía actual, que forma parte del medio, sin embargo, la emoción es hoy la reina de los contenidos: quien logre conectar con las esencias de lo humano y lo social, tendrá la emoción de su mano, pues se habrá logrado la identificación con el evento, y con todo lo que este canalice. Para descubrir algo así, y mostrar cómo empezar a hacerlo, disponiendo de referencias y consejos, desde este libro se ha optado por sintetizar y sistematizar una serie de casos (a modo de *practicum*, vid. supra), seleccionados entre los ejemplos que mejor ilustran el uso de la emoción en la industria de los eventos (especialmente en España –donde se está haciendo una gran labor, tal como prueban los premios internacionales del sector–), para terminar completando todo ello con un *decálogo* (de recomendaciones) en el epílogo.

2.- LOS CASOS DE ESTA OBRA: VISIÓN Y MISIÓN CIENTÍFICO-ACADÉMICA Y TÉCNICO-PROFESIONAL.

El presente trabajo completa y precisa la previa *epistemología* planteada (el conocimiento científico-académico propio de la disciplina), visto en el nº 1 de esta colección (CERI-Sindéresis): *Eventos corporativos*. Ahora bien, no resulta obligada la lectura dependiente y secuencial de aquel texto a este, pues ambos gozan de autonomía –tanto es así, que ni siquiera han salido publicados de manera correlativa: el nº2 de la colección ha sido la obra del Prof. Fuente sobre *El Protocolo y Ceremonial de los Premios Príncipe de Asturias*-. Ciertamente es que son publicaciones que se complementan –como pasa con el resto de números de CERI-. Por tanto, esta obra está orientada a la *praxiología* o desarrollo técnico-profesional, compilando centenares de supuestos ilustrativos para el ejercicio laboral cotidiano: cierto es que el organizador de eventos –tal como se viene indicando, y en la medida que se espera del mismo-, ha de resultar una persona creativa, resolutive y expeditiva, acostumbrada a afrontar retos diarios, pero frente al vértigo de asumir solo aquel acto novedoso (del que se carece de experiencia), resulta urgente y necesaria una ayuda como la que aquí se presta. Se ha compilado un rico volumen de supuestos (tanto en términos cuantitativos como cualitativos), bien conocidos, por haberlos tratado durante años y años de ejercicio profesional, y enseñados también en las aulas de *Formación Profesional* y las universitarias, en España y en el extranjero.

A la hora de articular este trabajo, con el ánimo de hacerlo lo más accesible, sin perder rigor y precisión científico-académica y técnico-profesional, surgió la duda sobre el formato adecuado, trasladándose la cuestión a los compañeros del *Seminario Permanente de Innovación Docente y Mejora de la Investigación del Instituto Superior de Protocolo y Eventos (IsPE/ISCE)*. La tormenta de ideas trajo consigo una gran variedad de posibilidades: *breviario, memento, vademécum, suma, concordia, pandectas, compendio, portafolio... practicum*. Para clarificar mejor los conceptos y discernir la opción más ajustada, me reuní posteriormente con un colega del seminario, el profesor Sánchez-Bayón, quien es buen conocedor de la *Historia universitaria*, y algo sabe de *innovación docente*³. Me aclaró que los breviaros y

³ Vid. SÁNCHEZ-BAYÓN, A.: *Innovación Docente en los nuevos estudios universitarios. Teorías y métodos para la mejora permanente y un adecuado uso de las tic en el aula* (pp. 460), Valencia: Tirant Lo Blanch, 2014. - *Estudios de cultura política-jurídica*, Madrid: Delta, 2010. Complement., vid. SÁNCHEZ-BAYÓN, A.: “Buenas prácticas de e-learning” (pp. 63-71), en *Revista Tecnología, Ciencia y Educación TCyE-UDIMA* (nº 4), mayo-agos. 2016 “Filosofía del aula inteligente del S. XXI: críticas urgentes y necesarias”, en *Bajo Palabra. Revista de Filosofía* (nº 10), 2015. - “Historia, Historiología e Historiografía de los Estudios Interculturales en EE.UU.” (pp. 147-57), en *Revista Banda de Moebius*, Univ. Chile (nº 48), ene. 2014. - “Innovación docente en Ciencias Eclesiásticas y Jurídico-Sociales: estudio crítico y comparado” (pp. 317-349), en *Cauriensia – Revista Anual de Ciencias Eclesiásticas-Ftad. Teología de Cáceres* (vol. VIII), 2013. - “Cómo se aprende Derecho Eclesiástico del Estado en los Estados Unidos de América y su jurisprudencia: los otros estudios de casos menos conocidos” (pp. 1-43), en *Revista Jurídica de la Universidad Bernardo O’Higgins Ars Boni et Aequi* (vol. 9, nº 2), nov. 2013. - “Problemas epistemológicos y fenomenológicos de la Universidad actual” (pp. 359-380), en *Miscelánea Comillas* (vol. 71, nº 139), nov. 2013. - “El Derecho Eclesiástico en las universidades estadounidenses” (pp. 229-265), en *Revista Española de Derecho Canónico* (vol. 70, nº171), junio 2013. - “Galeato pro universitas humanitatis” (pp. 19-36), en *REPES: Revista Electrónica de Pensamiento, Economía y Sociedad-Instituto Virtual de Ciencias Humanas* (vol. 20), mayo-jun. 2013, et al. GÓMEZ, L., SÁNCHEZ-BAYÓN, A.: “Enseñar ética en las Ciencias Jurídicas y Sociales” (pp. 71-86), en CARRIÓN, D. (coord.): *Claves docentes en el Espacio Europeo de Educación Superior*, Madrid: Demurgo Comunicación, 2010. SÁNCHEZ-BAYÓN, A., S. SÁNCHEZ: “Glocal Politics and Law: why scholars do not understand each

mementos en su origen eran libros litúrgicos, que resumían lo más relevantes para las celebraciones; hoy en día se usan en las Ciencias Sociales y Jurídicas para compilar las prácticas procesales. Un vademécum está llamado a ser una obra de referencia, que contiene nociones e informaciones fundamentales de una materia (tanto científica como artística); actualmente, su uso es frecuente en las disciplinas biosanitarias. Las sumas y concordias son de los primeros materiales didácticos universitarios –incluso, en el discurrir de las conversaciones, el Dr. Sánchez-Bayón me aclaró el origen de expresiones universitarias relacionadas⁴. Finalmente, parecía que las opciones más adecuadas para rotular este trabajo eran las de portafolio o *practicum*. Dado que el portafolio o *carpeta de aprendizaje* está íntimamente relacionada con la educación participativa actual (pues no deja de ser una suerte de manual personal de estudio, con algún aporte para el futuro desempeño profesional, elaborado por el propio alumno mediante la compilación de evidencias de su evaluación continua), entonces, se entenderá que se aparcara tal proyecto (destinado más a las aulas que a las empresas). Por tanto, ya que se trata de una obra eminentemente pensada como profesional y para los profesionales, como fácil y ágil recurso de apoyo en su

other and what are the veils of confusion” (Chapter 2 p. 25-53), en MANZANERO, D., et al. (edits.): *Philosophical Changes of Plurality in a Global World*, Cambridge: Cambridge Scholars Publishing, 2014. VIZOSO, C.M^a., SÁNCHEZ-BAYÓN, A. (coords.): *Hacia una universidad del 3er. Milenio. Reflexiones y experiencias docentes ABT (Aprendizaje Basado en Tecnología)*, Madrid: Delta Publicaciones (Grupo Ediberun), 2016

⁴ Entre las expresiones aludidas, recuerdo ahora dos atribuidas o relacionadas con uno de los pioneros en la didáctica universitaria, como el Prof. Bartolo de Sassoferrato, cuyos materiales transformaron los estudios (favoreciendo las *lectio quod libet* o lecciones de disputa, con su hermenéutica correspondiente). Hoy se le recuerda con frases como “liar los bártulos” (eran los textos de Bartolo, que enrollaban los estudiantes y guardaban entre sus pertenencias más valiosas durante el largo viaje entre sus hogares y los colegios nacionales donde residían en sus universidades de destino), o “tirarse a la bartola” (dicho por los labriegos y ganaderos, cuando veían a los estudiantes tumbados consultando sus manuales universitarios). Vid. *Estudios de cultura...* op. cit.

desempeño cotidiano, se ha seguido la opción del *practicum* o práctico. Tal tendencia es la dominante en el mundo anglosajón, donde los estudios y la profesión del organizador de eventos son carreras más que consolidadas, de ahí que no necesiten tantas obras de fundamentación epistemológica elemental, sino de consulta rápida para “saber-hacer”. Así nace la obra entre manos, como un catálogo de estudios de casos o casos prácticos, sintetizados al máximo, a modo de fichas (vid. epígr. 3.2): como si de “recetas” listas para aplicar se tratara. Se ofrecen datos tales como: evento por denominación y sector, agencia, público, fecha, lugar, espacio, distinciones y honores, palabras clave y características, así como sus fines y objetivos, con sus ilustraciones y correspondientes referencias (para un mayor ahondamiento, si se desea).

Antes de proceder a presentar los casos seleccionados (ilustrativos del devenir del sector y su tendencia hacia el cultivo de la emoción en los eventos), se procede en el siguiente capítulo a aclarar mejor la cuestión de los casos prácticos, su origen estadounidense y su popularización en el resto del mundo, usándose con éxito tanto en universidades como en escuelas de negocio, además de explicarse su adaptación bajo la fórmula española de las fichas.

3.- CATEGORÍAS DE EVENTOS SEGÚN LOS CASOS SELECCIONADOS

Se presentan, seguidamente, las fichas de eventos corporativos, repartidas por categorías (más o menos de manera coherente con la tipología del nº 1 de la colección, *Eventos corporativos*): eventos de celebración: aniversario, conmemoración, fiesta; eventos de formación: conferencia, congreso, seminario, fórum y otro tipo de encuentros científico-académicos; eventos de motivación: convenciones y/o reuniones de empresa; eventos de reconocimiento: entrega de premios y/u distinciones; eventos institucionales: inauguraciones, jornadas puertas abiertas, visitas instalaciones, eventos públicos; eventos societarios: junta de accionistas; eventos comerciales y de lanzamiento o presentación de producto; eventos promocionales: posicionamiento de marca, *street marketing*, *road show*, etc.; eventos protocolarios: inauguración de edificio y/o sesión institucional; eventos de estímulo: viaje de incentivo; eventos responsables y solidarios: galas benéficas; eventos sostenibles: *green events*; eventos culturales: festivales; eventos deportivos: inauguración de mundiales; eventos de patrocinio: gala de recaudación de fondos; otros eventos. Ahora bien, para no encasillar los casos, se ha preferido indexar cada uno de ellos, de modo que el lector pueda acercarse

4.- *PRACTICUM* DE CASOS.

4.1.- El origen de estudio de casos: una lección de emoción en los eventos jurídico-forenses⁵.

Para comprender la lógica de la articulación del libro, permita el lector una síntesis previa sobre el origen de la herramienta usada: el estudio de caso práctico. Dado el éxito alcanzado por los estudios de caso, como herramienta formativa (presente en buena parte las Facultades de Ciencias Jurídicas y Sociales y Escuelas de Negocios de Occidente), eso sí, cayendo en un uso y abuso tal, que se ha llegado a distorsionar su significado y sentido, por lo que se presenta a continuación su origen y desarrollo desde las Facultades de Derecho de los *Estados Unidos de América* (EE.UU.), donde surgiera la citada herramienta didáctica para exponer y explicar la emoción de la justicia, trasladándola de las salas de vistas a las aulas. Tal nota aclarativa, pretende servir para: a) recuperar la lógica con la que nacen los estudios de caso, facilitándose a la postre la comprensión de su transición al sistema de fichas español actual (vid. supra); b) ayudar a ilustrar cómo dicha herramienta procede del ámbito organizacional de la justicia (o sea de la práctica forense), con una función emocional (relacionada con el acercamiento del sentido de la justicia); c) dar a conocer los vínculos científico-académicos aún existentes entre las disciplinas auxiliares (como

⁵ Vid. Sánchez-Bayón, A.: *Innovación docente en los nuevos estudios universitarios*, Valencia: Tirant, 2014.

las jurídicas) con los estudios de organización de eventos, y otros afines.

Aterrizándose ya en la cuestión, cabe preguntarse de partida: ¿cómo surgen los estudios de caso en las Facultades de Derecho estadounidenses? Todo parte del mestizaje moderno de técnicas clásicas de aprendizaje (*epojé*, *mayéutica*, etc.), de modo que el método socrático era revestido del pragmatismo estadounidense, cuyo fin era la preparación del alumno para resultar un profesional resolutivo y expeditivo –capacidades que, tal como se viene señalando, se le presumen hoy en día al profesional organizador de eventos-. En cuanto al método socrático, consistía en la combinación de la *epojé* o suspensión del juicio –para evitar dar nada por sentado-, y la *mayéutica* o cuestionamiento del porqué de aquello que se pretende conocer –para ahondar en el análisis, hasta llegar a la razón fundamental-. Pero, ¿cómo llegó el influjo de tal método a las universidades estadounidenses, responsables de su popularización posterior, tanto en centros universitarios como en escuelas de negocios? Fue a finales del s. XIX, cuando eclosiona el Estado-nación, y para asegurar el estudio de sus normas, se crean redes de universidades públicas donde enseñarlas; y para el resto de universidades, se les exige un proceso de normalización de sus estudios, asimilándolos a los impulsados desde las universidades estatales. Con dicho proceso, se pasa de las Facultades de Jurisprudencia a las de Derecho propiamente, de donde se emanciparán a principios del s. XX los estudios de Economía, Política y demás Ciencias Sociales (entre ellas, los citados estudios de Organización de Eventos). En los EE.UU. ocurre algo parecido, pues pese a que su Derecho se corresponde con la familia del *Common Law* o Derecho común anglosajón, posee una gran influencia del Derecho civil o Europeo-continental, lo que implica un importante derecho estatutario del Estado (ya que buena parte de las colonias originarias fueron fundadas por potencias europeo-continetales:

New Amsterdam holandesa para el actual Nueva York, las *Floridas* españolas para la actual Florida, *Luisiana* francesa para su homónima presente, etc.). Dicha influencia puede observarse también en otras áreas de estudio y en lo tocante a las universidades, puesto que tras la Guerra Civil (1861-64), se considera crucial la educación para fortalecer el Estado. Así, entre las pujantes universidades de Nueva Inglaterra -sustento del *Ivy league* (o club de universidades imitadoras del estilo europeo, y hoy influyente de las mismas)⁶-, la Universidad de Harvard comienza a sobresalir en su intento de convertirse en un referente para la homogenización de los estudios universitarios de Derecho (muy centrados en la práctica forense, para formar abogados, jueces y funcionarios del sistema de justicia). En tal sentido, llega a jugar un papel relevante el Decano de Derecho, el Prof. Langdell, quien impulsara la práctica estandarizada de un método, de inspiración socrática, aunque con aspiración formalista (en comparación con el tipo de estudio exegético y analítico que se venía acometiendo, de obras referenciales como *Commentaries* [Comentarios] de Blackstone, o *Jurisprudence* [Jurisprudencia –Ciencia Jurídica Analítica-] de Austin). Se trataba de un estudio conforme a tres reglas a seguir: a) *read the cases* [lectura de casos]; b) *distill the rule* [destilar la regla]; c) *apply the rule to future cases* [aplicación de la regla a futuros casos]. Es curioso que dicho método triunfara, no tanto por su propia calidad, sino por la publicidad que generó la competición personal entre dos grandes juristas de su tiempo: *Langdell v. Holmes* –una rivalidad comparable a la habida un siglo antes entre Hamilton y Jefferson-. Si Langdell llegó a Decano de Derecho en Harvard, Holmes lo procura también, pero sólo logra ser profesor, por lo que opta por la práctica jurídica, llegando a

⁶ La red de universidades elitistas del club de la hiedra, alude así, simbólicamente, a su articulación de conexiones (redes de poder), y literalmente, al elemento característico de los edificios universitarios europeos de mayor solera –de los que se pretende recibir su herencia-.

convertirse en Magistrado del Tribunal Supremo. Si Langdell promovió el Formalismo jurídico, Holmes, patrocina la emergencia del Realismo jurídico (habrá que esperar hasta después de la I Guerra Mundial); etc. Así pues, Holmes, provocó el efecto contrario al pretendido desde la revista jurídica que editaba (*American Law Review*) y su famosa obra *The Common Law* (1881), que fue conceder excesiva relevancia a Langdell – tanto lo criticó, que fue quien más le dio a conocer-. De esta historia entre juristas, también arranca la rivalidad entre Facultades de Derecho, como la de Harvard (que continuará durante un tiempo rindiendo pleitesía a Langdell) y la de Yale (que tomará como referente a Holmes). De esta forma se enseña a los futuros operadores jurídicos (e.g. abogados, jueces, funcionarios), y así se va transformando el Derecho, en su concepción y práctica. Luego, ni que decir tiene la influencia que han tenido estas dos Facultades, que siguen siendo de las más importantes en su país, pues de entre sus estudiantes han surgido un gran número de altos cargos del país (e.g. Magistrados del Supremo, Senadores y Congresistas), así como importantísimos hombres de negocios (incluidos los principales despachos de abogados y consultorías de los EE.UU.).

Aunque el Derecho y su estudio han ido cambiando, la impronta de Langdell ha permanecido en buena medida, como el primero en ofrecer una versión autóctona del método socrático, siendo el referente para mejorar, cambiar, criticar o proponer alternativas a su método. De ahí, han ido surgiendo otras propuestas y materiales docentes, como el *casebook* [manual de clase] (un libro de aprendizaje mediante ejemplos de supuestos que ilustran la teoría, que ha sido reducida a sus fundamentos jurídicos y la comparación de casos). La última versión aparecida, con bastante éxito ha sido el *Problem method* [método de (resolución de) problemas], a resultas de las críticas vertidas contra el método Langdell y los *casebooks*, que se habían vuelto

una excusa para que se trivializaran las clases: a modo del famoso juego de mesa *Trivial Pursuit* [búsqueda de lo (conocido) trivial], convirtiéndose las sesiones en el aula en concursos donde los alumnos debían memorizar las respuestas prefijadas, para aplicarlas luego a casos reales o ficticios. Pues bien, así se inicia la desnaturalización de los estudios de caso, ya que los mismos nacieron –tal como se viene indicando– para enseñar a los estudiantes la emoción de la justicia, tal como se realiza en las salas de vistas: dado que los estudios de Derecho en los EE.UU. sólo duran tres años, no hay tiempo suficiente para conocer a fondo la Filosofía jurídica y el Derecho procesal, por lo que a través de asignaturas como *Jurisprudence* y sus *study cases*, los alumnos pueden empezar a hacerse una idea de lo que les aguarda en los juzgados⁷. Por tanto, pese a que el método de Langdell y los *casebooks* han servido para positivizar el Derecho estadounidense, sin embargo, también han sido los causantes de la tendencia reduccionista a enseñar el Derecho a través del *Case Law* o sentencias judiciales, cuando existen otras fuentes y ramas del Ordenamiento. Y lo que es más importante, el Derecho no está desconectado de otras áreas sociales del conocimiento, de ahí la urgencia y necesidad de recurrir al estudio de caso para reconectar el conocimiento social disponible con la compleja realidad en curso (como se realiza en los estudios de organización de eventos, por ejemplo).

⁷ A diferencia del sistema europeo continental, donde el protagonista es el académico, en el mundo anglosajón y su Derecho común, el referente para la comprensión y aplicación del Derecho es el juez. Igualmente, el mismo no procede de un sistema de oposiciones (como suele pasar en el Derecho europeo-continental), sino de cooptación: según el éxito y buenas prácticas en los juzgados, así los compañeros promueven a aquellos profesionales que den mayor muestra del sentido de la justicia, para ocupar las plazas vacantes de jueces. El proceso se repite con la promoción de los jueces, quienes finalmente, al convertirse en magistrados, terminan plasmando todo lo que saben sobre la justicia en sus sentencias; de ahí que luego, mediante los estudios de casos, los alumnos se aproximen así a la Filosofía del Derecho y las prácticas forenses. Vid. *Estudios de cultura...* op. cit. – *Innovación docente...* op. cit.

Para aplicar la anterior lección a los estudios de organización de eventos, aquí se propone el ir más allá, y usar un sistema holístico de fichas de prácticas (tal como se viene planteando por la doctrina y profesionales más prestigiosos del sector, vid. supra), con unas referencias básicas, sirviendo de guía, pero sin encasillar los eventos, pues se trata de ofrecer los mimbres necesarios para poder resolver situaciones y tipos de eventos sobrevenidos. Se ofrecen así fichas que sintetizan esencias de casos, de los cuales pueden destilarse reglas de funcionamiento, para una operatividad flexible y adaptativa, además de expeditiva y resolutiva –tal como se espera de los organizadores de eventos, vid. infra-.

4.2.- La adaptación a la organización de eventos: la fórmula española de fichas.

Los grandes referentes actuales de la industria de los eventos en España, con influencia en Europa continental e Iberoamérica, como son EventoPlus y AEVEA&co, no sólo recibieron la herramienta de los estudios de caso, reconduciéndolos hacia el sistema de fichas (tal como se puede comprobar en sus publicaciones y en sus páginas electrónicas, propias y de instituciones asociadas), sino que además, están actualmente focalizados en la intensificación de las emociones en los eventos, como elemento distintivo de excelencia y de crecimiento en el mercado. Prueba de ello son sus recientes iniciativas (e.g. congresos, campañas), de las que IsPE/ISCE se ha hecho eco y colabora, y esta autora en concreto, viene trasladando a las aulas, y a continuación se desea plasmar en el sistema de fichas que compila: sirva como ejercicio, la consulta de las fichas, comprendiéndose sus aspectos técnicos, para terminar completándose su lectura mediante las claves sobre la emoción que se plantean en el epílogo.

5.- CASOS PRÁCTICOS: SUS *FICHAS DE TRABAJO*.

1º Caso Práctico

Evento	TECHNOLOGIQUE (Convención internacional HP)⁸
Empresa	HP
Agencia	Sintonizart (espectáculo) MCI (organización evento)
Fecha	Diciembre/2010
Lugar	Barcelona
Espacio	Puerto Olímpico. Finalista Premio mejor animación / espectáculo
Nº Invitados	3000
Premio	Eventoplus 2011.
Palabras claves	Convención, ambientación escénica, arquitectura efímera, creación audiovisual, escenografía audiovisual, escenografía corpórea, espectáculo audiovisual, espectáculo cirquense, espectáculo danza/baile, espectáculo teatral-musical, innovación tecnológica, intérprete musical, performance, presentador <i>celebrity</i> , producción escénica, vestuario y caracterización, comunicación interna, Internet.

⁸ Premios Eventoplus (2011). Finalista mejor animación/espectáculo, documentación de la candidatura. Recuperada 6 de junio 2011 de http://www.eventoplus.com/premios-eventoplus/ANIMACIONESPECTACULO_SINTONIZART_TECHNOLOGIQUE.pdf

Objetivo

Cautivar al público con un espectáculo que reflejará con fuerza en todas las acciones, el concepto de tecnología.

Características

Espectáculo musical que pretendía mostrar la actualidad más vanguardista en las artes escénicas y audiovisuales, fusionando la música en vivo junto con las nuevas tecnologías.

Para ello se llevó a cabo una puesta en escena que trasladaba a los invitados a una historia en la que la humanidad y la tecnología se han integrado plenamente y viajan juntos en el recorrido de la vida.

Un hombre y una mujer son abducidos por la transformación y conocimiento de la tecnología, una esfera representa el núcleo del conocimiento y el punto de partida de un mundo lleno de posibilidades, en donde las emociones y las sensaciones giran en torno a un creativo paisaje visual.

La mujer (cantante) descubre la tecnología y el hombre (guitarrista electrónico), se transforma en el hombre tecnología acompañado por bailarinas guardianas del poder tecnológico.

A través de un virtuoso guitarrista se pretendía despertar los sentidos introduciendo a dos excelentes malabaristas con una coreografía visual, y utilizando sofisticados mecanismos electrónicos que transformaban logotipos e imágenes en el aire a través del movimiento. Una explosión de luz compuesta por 5 láseres de última generación, provocó una atmósfera virtual e hipnotizante. El lenguaje visual de los vídeos permitía una constante transformación de atmósferas al son de una cautivadora banda sonora.



2º Caso Práctico

Evento	Miradas a Barcelona (Convención internacional HP)⁹
Empresa	HP
Agencia	Sintonizart (espectáculo) MCI (organización evento)
Fecha	1/12/2010
Lugar	Barcelona
Espacio	Puerto Olímpico
Nº Invitados	3500
Premio	Eventoplus 2011. Finalista premio mejor animación/espectáculo
Palabras claves	Celebración, ambientación escénica, arquitectura efímera, creación audiovisual, escenografía audiovisual, escenografía corpórea, espectáculo audiovisual, espectáculo danza/baile, espectáculo teatral-musical, innovación tecnológica, intervención espacio (espacio urbano), performance, producción escénica, remodelación espacio, vestuario y caracterización, comunicación interna, Internet.

⁹ Premios Eventoplus (2011). Finalista mejor animación/espectáculo, documentación de la candidatura. Recuperada 6 de junio 2011 de http://www.eventoplus.com/premios-eventoplus/ANIMACIONESPECTACULO_SINTONIZARTMCI_MIRADASBARCELONA.pdf

Objetivo

Mostrar la esencia cultural de la ciudad de Barcelona, a través de un paseo cronológico, empezando por lo más tradicional como las estatuas de las Ramblas, castellers, gegants, rumba catalana y la gran orquesta de guitarras de Barcelona, pasando por animaciones de artistas modernistas como Gaudí, Miró y Dalí, para llegar finalmente a la tecnología, con un impactante espectáculo a medida que ilustra el presente más innovador y tecnológico de la Barcelona moderna.

Características

“Miradas a Barcelona” describe las esencias y los valores más relevantes de la ciudad, una mirada hacia la actualidad más representativa. Animaciones compuestas por más de 180 artistas especialistas en diferentes ámbitos, realizando actuaciones a lo largo de todo el evento mostrando la cronología y su evolución artística y cultural de Barcelona.

Se diseñó al detalle el espacio de cada interpretación, integrándolo en el paisaje del Puerto Olímpico. El arte creativo de las estatuas de la Ramblas, la arquitectura personificada por Gaudí acompañada por esculturas humanas, Dalí y sus Musas. El Mediterráneo ambientado por una gran Batucada y personajes marinos formando un gran pasacalles. Los Castellers simbolizaban la solidaridad uniendo sus fuerzas para construir una torre humana. El evento finalizó con un espectáculo compuesto por un *láser show* de última generación y los artistas más destacados de la actualidad escénica internacional.

