

*Organización y
planificación de
la Difusión Cultural
Universitaria
como valor añadido
de toda la sociedad*

Pilar Viviente Solé*
Universidad Miguel Hernández, España.

*Profesora de la Facultad de Bellas Artes de
la Universidad Miguel Hernández de Elche,
Campus de Altea (Alicante).
Correo electrónico: p.viviente@umh.es

XV ANIVERSARIO

Resumen

El artículo ofrece una sinopsis o visión global de la organización y planificación de la difusión cultural universitaria entendida como valor añadido, es decir, como incremento del saber, no sólo de profesores y alumnos, sino de toda la sociedad. Se defiende una difusión cultural en la sociedad de la comunicación basada, precisamente, en el incremento de la comunicación y en sus efectos formativos en el entorno social. Para ello se analiza la situación y se propone un modelo dinámico y abierto de Universidad, del que se ofrece una panorámica general respecto a la organización y planificación de la difusión cultural, junto con algunos ejemplos.

Palabras clave:

Difusión cultural universitaria
 Valor añadido: incremento del saber
 Incremento de la comunicación
 Intensificación curricular
 Organización
 Colaboración

Abstract

This paper provides a summary or overview of organization and planning of university cultural dissemination understood as value added; that is, as adding to knowledge not only of students and professors, but of society as a whole. We argue in favor of cultural dissemination in society based on increased communication and on its effects in shaping the social environment. An analysis of the situation is given and a model for a dynamic, open university is proposed. An overview of the organization and planning of cultural dissemination is given, together with examples.

Keywords:

University cultural dissemination
 Value added: knowledge increase
 Increase in communication
 Curriculum intensification
 Organization
 Cooperation

La situación en juego

El compromiso con la cultura

La Universidad ha estado tradicionalmente orientada hacia la transmisión de conocimientos generales y específicos, así como hacia la investigación y producción de innovaciones. No sólo se encarga de transmitir conocimientos, sino también de almacenarlos, de conservarlos. Los centros de documentación han aumentado en todo el mundo y los ya existentes se han ampliado considerablemente. De esta forma, la Universidad salva-

guarda la herencia cultural, incluyendo la actualidad más reciente, a la vez que contribuye a su difusión entre los universitarios.

Afortunadamente, la Universidad tiene un papel relevante en la cultura y la sociedad. Además del currículo oficial que establece el plan de estudios, las universidades vienen desarrollando diversos actos para cubrir distintos aspectos de la cultura más allá de las aulas. El compromiso con la cultura es parte de la función social de la Universidad. Es cierto que estamos aquí para fomentarla y difundirla, pero ¿dónde?, ¿cómo?, ¿cuándo? Aún más, hay que

redefinir el papel de la Universidad en la difusión de la cultura en una sociedad donde el mundo de la cultura, como las demás actividades, ha sido afectado por las *nuevas comunicaciones* y los sistemas tecnológicos de transmisión de la información.

Un desafío alentador

Marc Augé (1998) revela cómo algunos fenómenos característicos de nuestro tiempo —los grandes medios de difusión, la comunicación, la televisión e *Internet*—, están instaurando un régimen de ficción que afecta la vida social hasta el punto de hacernos dudar de la realidad.¹

Hay que mirar hacia el futuro desde el presente. Afrontar el futuro de la difusión cultural universitaria es hacer balance de lo que se ha logrado hasta ahora, con vistas a su proyección en una sociedad de la comunicación que, paradójicamente, además de establecer un nuevo reparto entre lo real y la ficción, instaura los *media* de la soledad.

El futuro plantea nuevos desafíos. La naciente cultura audiovisual (o mediática) parece estar estructurando nuevos valores en el entorno social. Sánchez Noriega (1998) muestra cómo la sociedad de la comunicación impone e institucionaliza unas transformaciones en los hábitos de los grupos sociales que son de naturaleza mundial (transnacional).²

El papel de la Universidad en la difusión de la cultura resulta alentador porque, en efecto, puede proporcionar cierta prospectiva que ayude a entender un poco hacia dónde vamos. La difusión cultural universitaria puede ayudar al ser humano a encontrar una interpretación del presente y del lugar que debe ocupar en la sociedad de la comunicación.

Estrechando lazos

La Universidad ha de preocuparse por redefinir estrategias que le permitan una mayor difusión cultural, acercándose cada vez más a grupos sociales más numerosos y, con ello, contribuyendo al creci-

miento y desarrollo de toda la sociedad, no sólo la universitaria. Y no sólo de la sociedad local, sino también de la nacional e internacional.

Si la educación es el factor más importante para el desarrollo de las sociedades, y la difusión cultural universitaria tiene efectos positivos en la formación de las personas, podemos afirmar que la Universidad es un motor indispensable de las sociedades humanas. Si no fuera así, no existiría cierta urgencia por redefinir e instituir una relación más estrecha entre la Universidad y la vida social.

Se precisa un modelo dinámico de Universidad más eficiente cuanto más y mejor relacionado esté con el entorno social, cultural y económico, que permita a la Universidad obtener una mayor visibilidad y un mayor impacto social de sus acciones. Hay que aspirar al modelo dinámico y abierto de centros de documentación, bibliotecas especializadas y museos universitarios que vienen construyéndose últimamente en las sociedades avanzadas.

La organización

Incremento del saber y de la comunicación

Una universidad puede ofrecer arte, música, teatro, cine, fotografía, arqueología, entre otras actividades, así como organizar congresos, cursos, jornadas y ciclos de conferencias sobre temas diversos. Ahora bien, una universidad de alguna manera es como una empresa, ya que produce valor añadido. Como dicen Polo y Llano: *el valor añadido de una universidad es el incremento del saber de profesores y alumnos*.³

Por tanto, el valor añadido de la difusión cultural universitaria es el incremento del saber de la comunidad universitaria y del resto de la sociedad, los demás grupos sociales. Este valor está en peligro cuando la salud social muestra señales de alerta como las siguientes: todos piensan lo mismo, se acostumbran a que se lo den todo hecho, el sistema deja de ser abierto y no hay comunicación. Para que una universidad sea capaz de obtener valor añadido debe cumplir con el objetivo primordial de orientar, coordinar e impulsar la investigación, así como los estudios científicos, artísticos y literarios.

¹ M. Augé, *La guerra de los sueños. Ejercicios de etno-ficción*, Gedisa, Barcelona, 1998. Véase también del mismo autor: *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos*, Gedisa, Barcelona, 1998.

² J.L. Sánchez Noriega, *Comunicación, poder y cultura*, Nossa y Jara Editores, Madrid, 1998.

³ L. Polo, y C. Llano, *Antropología de la acción directiva*, Unión Editorial, Madrid, 1997, p. 98.

Si no genera equipos de investigación, pronto caerá en la inercia del conformismo y la pereza.

La difusión de la cultura requiere algo más que incentivos materiales, se basa en el incremento de la comunicación y en la organización entendida como un proceso en marcha, no como una instalación estática. Además, abarca todos los campos, desde la difusión de la cultura artística y literaria hasta la difusión de la cultura científica.

Áreas coordinadas

Una organización por áreas, entendida de modo dinámico, puede ser útil para la difusión de la cultura. Entre otras posibilidades, cabe destacar cuatro grandes áreas o secciones. A saber:

1. El área dedicada a las actividades culturales en su sentido más amplio.
2. El área dedicada a las artes plásticas y visuales.
3. El área de investigación.
4. El área de publicaciones, muy importante por la difusión que implican las ediciones.

Con este reparto se ha organizado, en los últimos veinte años, el Instituto Alicantino de Cultura de la Diputación de Alicante.⁴ Esto no quiere decir que sea el único válido. En todo caso, lo más importante es la coordinación entre áreas. Si se perciben defectos de organización, como la falta de coordinación, la universidad tendrá que resignarse a una difusión mediocre de la cultura.

Las colaboraciones

Las colaboraciones con otras entidades son esenciales. Relacionar la Universidad con otros centros es vital para la difusión de la cultura. Hay que colaborar con prestigiosas entidades culturales y artísticas: fundaciones, museos y universidades, nacionales e internacionales; institutos de cultura, centros de estudios comarcales y otros centros de investigación local, que tienen objetivos similares, pero menos presupuesto y un ámbito de influencia menor. Sea cual sea su importancia, no se debe perder de vista

⁴ Ver P. Viviente, "El Instituto de Cultura Juan Gil-Albert. Medio siglo de cultura alicantina", en *El temps d'Art*, 7, 2003, pp. 28-29. El Instituto es un organismo autónomo de la Diputación Provincial de Alicante creado el 14 de marzo de 1953 como Instituto de Estudios Alicantinos.

los colaboradores que aportan valor añadido (incremento de saber).

La Universidad sólo es dinámica cuando su relación con las instituciones locales y comarcales es cada vez más activa. Además, la colaboración prolongada entre los investigadores de una universidad y el entorno, aumenta el prestigio de las actividades que se hacen. La difusión de la cultura adquiere una dimensión más profesional y la sociedad se beneficia en su totalidad.

Principales vías de difusión de la cultura

La difusión de la cultura cuenta, en la Universidad, principalmente con estos ámbitos:

- a) Las convocatorias y exposiciones (artísticas y científicas).
- b) Las visitas guiadas a las exposiciones.
- c) Los congresos, cursos, jornadas y ciclos de conferencias.
- d) Las ediciones de todo tipo: catálogos editados con motivo de las exposiciones, libros, revistas, informativos o periódicos, videos, DVD, CD Rom.

La cultura también se difunde en la Universidad por medio del cine, aunque de manera irregular, dependiendo de la universidad que lo organiza, como pasa también con la música y el teatro.



Fotografía: José Ventura

Convocatorias y exposiciones universitarias

El soporte a los universitarios para abrirse camino en el mundo de la ciencia, las artes o las letras es una de las misiones de la universidad. De este modo, la universidad desarrolla programas de refuerzo o intensificación curricular del alumnado y, a la vez, cumple con su compromiso con la difusión de la cultura.

La universidad difunde y promueve las creaciones de artistas y científicos, y las da a conocer a las nuevas generaciones por medio de convocatorias y exposiciones. Las convocatorias suelen ser anuales, con una exposición de las propuestas seleccionadas y premiadas, como por ejemplo la Convocatoria Iberdrola-UMH de la Universidad Miguel Hernández.

Mientras dura la exposición es conveniente realizar un ciclo de conferencias, unas jornadas, o una mesa de debate en torno a los objetos expuestos, para profundizar en la exposición y su contenido informativo, y hacer partícipe al estudiante de la interpretación del contenido, lo que le ayuda bastante a la comprensión de la exposición. Incluso, si



Fotografía: José Ventura

se mira más a fondo, la ocasión permite abrir un debate crítico en torno al arte o la ciencia contemporánea, según el caso.

Es bueno que, eventualmente, las convocatorias estén relacionadas con los sectores industriales más relevantes del lugar donde reside la universidad, para fortalecer los lazos sociales con el entorno y encontrar nuevos colaboradores en la difusión de la cultura.

Las convocatorias para las ayudas a la investigación universitaria pueden comenzar desde el primer año y fomentar así la investigación desde la base, para acabar con la tesis doctoral. Los proyectos de investigación singulares, difíciles de encajar, deben considerarse aparte de los que pertenecen a las ciencias sociales y humanidades o a las ciencias experimentales y técnicas.

Visitas guiadas a las exposiciones

Las visitas guiadas a las exposiciones realizadas por la universidad están por lo general a cargo de alguna área especializada para desempeñar ese papel (Didáctica, Educación Artística, Historia del Arte, Estética, Teoría y Crítica del Arte, etcétera). En muchos casos, está bajo la responsabilidad del propio profesor de la universidad que ha comisariado y organizado la exposición.

Si la exposición no forma parte de las exposiciones organizadas desde la universidad, el profesor que la introduce como una actividad más de su asignatura se responsabiliza de la visita guiada, salvo si acuerda con la sala de exposiciones delegarlo a la entidad expositora.

Congresos, cursos, jornadas y ciclos de conferencias

Variedad curricular

En todas las universidades se organizan cursos, jornadas y ciclos de conferencias sobre temas relacionados con la titulación que las oferta. Estas programaciones pueden estar, o no, articuladas con una exposición de universitarios, con la que en cuyo

caso se establece una relación de dependencia que refuerza la difusión cultural universitaria, además de la calidad de la enseñanza.

Los congresos, cursos especiales, jornadas o encuentros, ciclos de conferencias o conferencias aisladas, al igual que las exposiciones y sus visitas guiadas, introducen una intensificación curricular en el alumnado, que cubre distintos aspectos de la cultura más allá de las aulas. La universidad satisface su compromiso con la cultura y se produce valor añadido (incremento de saber). Pero aquí el riesgo de fracasar al actuar es mayor. Los planes pueden fracasar si la planificación no es flexible, abierta al cambio y la innovación, libre de prohibiciones y amenazas que sólo sirven para inhibir las iniciativas de las que depende la dinámica del grupo, la organización. Se trata de ir más allá, crecer, aportar. La ilusión juega aquí un papel decisivo.

Por lo demás, debe tenerse en cuenta que la difusión de la cultura será mayor si los cursos van dirigidos a todos los alumnos de la universidad, sin distinción de titulaciones, como ocurre con los seminarios sobre cine que acompañan con frecuencia la programación cinematográfica.

Organizaciones internacionales

Las organizaciones internacionales destinadas a promover el entendimiento internacional y la cooperación cultural a través de la organización de congresos, son una excelente plataforma para la difusión de la cultura. En los congresos se encuentran profesores de universidades de otros países. Suponen una buena oportunidad para los participantes, que dan a conocer lo suyo a sus colegas extranjeros, a la vez que se enriquecen con la experiencia del carácter cultural del país de acogida. Por ejemplo, el objetivo principal de INSEA (Sociedad Internacional de la Educación por Medio del Arte)⁵ es financiar conferencias en todo el mundo para favorecer el diálogo entre culturas y tradiciones. Hoy, las universidades están obligadas a afrontar fenómenos, como el multiculturalismo, que deben abordarse desde una perspectiva internacional. La Universidad puede desempeñar un papel

muy importante en la difusión de una nueva cultura aglutinadora de diferencias, pese a las divergencias.

Editoriales universitarias

Publicaciones impresas

Uno de los principales méritos de cualquier universidad son las publicaciones de libros, estudios e informes realizados con su soporte editorial. Gracias a las editoriales universitarias se editan variedad de temas, en colecciones de divulgación y de investigación, que si no se publicaran así no se darían a conocer. Hemos de pensar en los trabajos de fin de carrera, las tesis doctorales, las investigaciones especializadas, y también en las obras de teatro y los relatos de autores inéditos. Todos ellos pueden figurar en el catálogo de publicaciones de la universidad.

Se puede editar también un informativo sencillo que refleje la actualidad de la comunidad universitaria, como hacen todas las universidades. Y, desde luego, desde el punto de vista de la difusión cultural, se impone una revista seria para la difusión de la investigación, las creaciones de artistas y científicos, combinando el espíritu multidisciplinario con el rigor científico. Por desgracia, estas revistas escasean.

Ediciones con nuevos medios

El papel de la Universidad en la difusión de la cultura pasa por el mundo de la edición y sus nuevos soportes informáticos. La variedad y riqueza con la que hoy día puede presentarse cualquier información (texto, imagen, palabra, música) y el soporte informático en el que ésta queda almacenada para ser transmitida (DVD, CD Rom, *Internet*) ha modificado sustancialmente nuestra relación con el saber y la cultura.

Las nuevas tecnologías de la comunicación han introducido en el proceso de enseñanza-aprendizaje elementos que permiten mejorar la calidad de este proceso y acercarlo a más personas. Se observa una mayor eficacia en la transmisión y asimilación del contenido informativo, haciéndolo mucho más accesible a las personas que no tienen conocimientos previos sobre el tema. En fin, se agiliza la comunicación.

⁵ Ver la página principal de INSEA: www.insea.org

Un CD Rom puede editarse para sustituir el catálogo de una exposición que no se puede financiar. Es el caso de la exposición *Esculturas en el Jardín*, con más de treinta y cinco esculturas de alumnos de la Universidad Miguel Hernández.⁶ La presentación fue escrita por la autora de este texto. Las esculturas se ordenaron según criterios racionales en tres grupos, de acuerdo con una tipología fundamentada, para que el contenido informativo resulte instructivo para el universitario. Por añadidura, las personas presentes en la inauguración inician un proceso formativo del modo más natural, al entrar en contacto con el CD.

También la exportación y difusión cultural en el extranjero sale favorecida. Es más cómoda, rápida y económica. Por poner un ejemplo, la Universidad de Arte y Diseño Industrial de Lindz (Austria) convocó en abril del 2003, bajo la expresión *Art Education & New Media 2003*, un concurso *on-line* en Europa para diseñar una tarjeta postal.⁷ Los trabajos seleccionados y premiados fueron enviados por correo electrónico y pueden verse en *Internet*, en una galería virtual, donde figuran algunos diseños de mis alumnos. La Universidad Miguel Hernández logra así una difusión privilegiada, dentro de las más importantes universidades de Europa que han participado en el concurso.

El museo en el campus universitario

Para terminar, citemos la alternativa de la construcción del museo en el propio campus universitario —por sus ventajas evidentes en la difusión cultural universitaria—, analizando el caso del Museo de la Universidad de Alicante (MUA), que se inauguró el 14 de diciembre de 1999, y es el único en España ubicado en un campus universitario.⁸

La difusión cultural de esta universidad se basa en el museo que alberga su campus, y en el modelo dinámico y abierto de museo universitario que representa, cada vez más frecuente en Europa.

Con un total de 14000 metros cuadrados, de los cuales 3000 son área expositiva, el MUA posee cuatro salas de exposiciones periódicas. También posee su propia colección permanente. El museo actúa en dos ámbitos:

- a) Las actividades expositivas de los museos.
- b) Las actividades de investigación de las universidades.

En el primer ámbito abarca diversas áreas cuya actividad expositiva se organiza en torno a cuatro salas. La sala Sempere está destinada al arte contemporáneo en soportes tradicionales, para artistas consagrados y jóvenes. La Sala 365 acoge las nuevas tendencias artísticas, interdisciplinares y tecnológicas. La Sala Naias apuesta por las nuevas tecnologías de la comunicación en la creación artística.

Las exposiciones con los resultados de las investigaciones realizadas en el campus por los profesores universitarios se presentan en la Sala Altamira, también destinada a la difusión del patrimonio histórico-artístico de Alicante.

En el ámbito investigador se han desarrollado bases de datos de arte contemporáneo, *Arco Data España* y *Arco Data Latinoamérica*, además de un proyecto de conservación de arte digital y videoarte. La actividad investigadora *Arco on line* ha producido la página web de la Feria Internacional de Arte Contemporáneo (ARCO) que recoge los veinte años de su trayectoria.

El arte electrónico se inició con *Ciberart, IV Muestra Internacional de Arte y Nuevas Tecnologías*. Finalmente, la música contemporánea y experimental (conciertos, instalaciones sonoras, talleres y lecciones magistrales) completan la oferta con dos eventos anuales, la Semana de Música Experimental y el Festival de Música Contemporánea de Alicante.

⁶ *Esculturas en el Jardín*, Playa del Albir, del 4 al 26 de septiembre de 2003.

⁷ Para saber más sobre *Art Education & New Media 2003* entrar en la página principal de InSEA: www.insea.org

⁸ Ver P. Viviente, "Nuevo museo para un nuevo siglo (El MUA)", en *El Temps d'Art*, 1, 2002, pp. 16-17.