

La semana de la
comunicación
en la Universidad de
Cartagena, una
buena práctica de la común
unidad y común acción
de nuestro programa



2ª SEMANA DE LA COMUNICACION

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA - SEPTIEMBRE DE 2013



L

a experiencia del diseño y rediseño de ideas, propuestas y proyectos en cualquier escenario, adquiere sin duda su mayor valor en la posibilidad de que sea una experiencia compartida con entusiasmo, convencimiento, energía y gran responsabilidad por todos y cada uno de los actores que hacen parte. En el caso particular de las experiencias desde la comunicación, mirada como un eje transversal e interdisciplinario, este ejercicio es indispensable toda vez que se entiende la comunicación como un proceso de interacción y participación permanente y necesaria para la transformación social y la generación de desarrollo y bienestar.

Así nació la Semana de la Comunicación en el seno del programa de Comunicación de la Universidad de

Cartagena. Con el firme propósito de crear un lugar de encuentro, un espacio común, en el que a través de distintas actividades académicas, investigativas, lúdicas, culturales y de proyección social; docentes, estudiantes, egresados, empleadores, padres de familia y ciudadanía en general, pudieran darse cita para vivir la Universidad entendida como el universo de posibilidades de encuentros de los distintos actores sociales, en el que cabe lo que somos, lo que soñamos, pensamos y necesitamos; en el que hay grandes oportunidades de que ellos se concreten. Esta es una universidad capaz de salirse de los muros de sus aulas para instalarse en las plazas, playas, barrios, empresas y sobre todo en el corazón de la ciudad. También respondiendo a los altos requerimientos de calidad en educación desde la cualificación de los actores, la internacionalización, la extensión y la investigación. Y para ello que mejor plataforma que su programa de Comunicación Social.

Lo primero que hicimos fue compartir la idea con el equipo docente con quienes estructuramos una hoja de ruta tratando de proyectarnos a las actividades que podrían perdurar en el tiempo como marca propia; y que pudieran ser de interés y disfrute para toda nuestra comunidad. A partir de ahí, se socializó con las directivas de la Universidad el proyecto, al que desde un principio dieron el ¡SI! aportando todo el apoyo logístico, administrativo, financiero y mediático que se requirió. Seguros de que el proyecto avanzaba por buen camino lo presentamos a la comunidad estudiantil, de quienes pronto obtuvimos total aprobación, pero sobre todo, conseguimos que levantaran la mano de manera voluntaria y se comprometieran como colaboradores en la organización, como participantes en las distintas actividades, pero sobre todo, como agentes que todo el tiempo innovaban, sumaban y proponían estrategias que venidas de ellos (as) mismos, aseguraban el fortalecimiento de nuestra apuesta dando calor, alegría y contagiando de orgullo a todos los demás.

Comenzamos con la creación del logo que hoy se convierte en nuestra marca y para ello abrimos una convocatoria para que fuera el resultado de la

participación y creatividad de nuestros estudiantes, que sabiendo cómo debíamos proyectar este espacio desde un programa de comunicación social ofrecido por la universidad pública, con énfasis de formación en periodismo, cultura, desarrollo y educación y una historia de nueve años planteada, vivida y construida desde el currículo de manera diferenciadora. Pronto surgió nuestra marca, creada por la hoy egresada Ángela Martínez Lagos. Ahí estaba. No pudo resultar mejor. Una imagen que colocaba al ser humano como actor principal de la comunicación, que humanizaba lo que muchas veces hemos pretendido dejar en el plano de lo instrumental y que daba cabida con sus múltiples símbolos y colores al mundo diverso y multicultural, a la riqueza de nuestro contexto, a sus distintas exigencias y sobre todo a las muchas miradas, estrategias y caminos que desde la comunicación podemos transitar en aras de transformar nuestra sociedad. Por eso, por ser tan contundente, nos quedamos con ella y en la II Semana de la Comunicación que pronto estaremos viviendo, esta imagen nuevamente nos convocará.

Así las cosas, el proyecto *Semana de la Comunicación* de la Universidad de Cartagena se entiende como una propuesta académica, cultural, profesional y de proyección social, alianzas interinstitucionales e internacionalización, liderado por el Programa de Comunicación Social, con el fin de promover, difundir y aportar al enriquecimiento del proceso formativo de los estudiantes, a la integración de la comunidad académica, al fortalecimiento del sentido de pertenencia de docentes y estudiantes, a la vinculación e integración de padres de familia en los procesos formativos de sus hijos, a la generación de espacios de bienestar social y disfrute y de proyección social en el escenario local, regional, nacional e internacional. Para ello, nos planteamos los siguientes objetivos:

- Reunir en un solo evento todos los intereses de formación e investigación alrededor de la Comunicación a la luz de los Proyectos Educativos Institucional y del Programa; así como, su plan de desarrollo.
- Convocar a estudiantes, docentes, profesionales de la comunicación,

egresados, medios de comunicación, investigadores y ciudadanía en general, alrededor de un gran evento en el cual pudiéramos actualizarnos y abrimos a la ciudad, como estrategia de proyección social.

- Generar alianzas con los medios de comunicación de la Universidad de Cartagena y otras instituciones, en aras que de manera sostenible se propicien espacios de crecimiento y aporte social.
- Destacar el talento y las competencias profesionales de los estudiantes de Comunicación Social, abriendo espacios de confianza en el sector de los medios de comunicación y la empresa en general.
- Visibilizar al programa y sus aliados en la ciudad y la región, y avanzar en su posicionamiento con miras a la acreditación en calidad y dentro de ella a la internacionalización, el fortalecimiento de las acciones colaborativas y la creación de iniciativas que destaquen los valores ciudadanos.

La Semana de la Comunicación de la Universidad de Cartagena, nuestra semana, es una propuesta académica producto de nueve años de trabajo ininterrumpido, crecimiento e impacto social, el cual ha alcanzado a cumplir su visión de ser reconocidos en el entorno local, regional y nacional y por ello, espera compartir sus dinámicas académicas con todos esos públicos con los que ha crecido y de quienes se ha nutrido. Es el resultado de un proceso de crecimiento contundente y de responsabilidad social.

Las agendas temáticas fueron definidas por el Comité Curricular del Programa de Comunicación Social, reflejo de las áreas más importantes y específicas de la estructura curricular del Programa de Comunicación Social y sus intereses según las características del entorno.

Entre las actividades más destacadas de nuestra primera experiencia vale la pena mencionar:

- El lanzamiento de la Cátedra de Periodismo Guillermo Cano Isaza, una experiencia académica de formación,



Homenaje a Guillermo Cano. Paraninfo Rafael Núñez, Universidad de Cartagena, 2012



De frente mar. Primera semana de la Comunicación, 2012

continúa conectada a la historia y contexto social y político de Colombia a través del análisis de la vida, obra y legado de una de las figuras más importantes del periodismo. Para ello la familia Cano, *El Espectador* y personajes del periodismo como Juan Gossain, Óscar Collazos y Carlos Villalba Bustillo nos honraron con su presencia y aportes.

- La experiencia de internacionalización vivida con la presencia del profesor mexicano invitado, Octavio Islas, reconocido docente e investigador de la comunicación y las nuevas tecnologías en América Latina.
- El taller “Comunicación y Ciudad” dirigido a los colectivos de comunicación de la ciudad. A esta actividad convocamos a colectivos como Fredonia, Funsarep, Radio comunitaria Colectiva FM, Caribe Afirmativo, entre otros. Fue un espacio para la responsabilidad y proyección social. Buscó sacar los procesos formativos de las aulas y que estos

trascendieran a grupos de la ciudad que requieren de formación. En esta tarea participaron voluntariamente como formadores, docentes internacionales, docente de la Universidad y estudiantes de énfasis.

- La maratón audiovisual y el concurso de narrativas: buscó incentivar a los estudiantes en la producción audiovisual en tiempos que los acerquen a las dinámicas de producción de las rutinas mediáticas y basados en un tema central. Los trabajos logrados fueron muy bien planteados, denotaron madurez, desarrollo, creatividad y una conceptualización.
- De frente mar: Fue la novedad en todo sentido. Su carácter lúdico le imprimió a la semana un ambiente de integración, equipo, sana competencia y disfrute sin igual. Nos conectó con la ciudad, nos integró a lo que somos, a la ciudad en la que vivimos alrededor del juego. Las imágenes hablan por sí solas.

- El encuentro de egresados fue una oportunidad en la que el programa se conecta con sus egresados como último gran eslabón en el proceso de formación y proyección social. Ver, dialogar y retroalimentarnos de la experiencia de nuestros profesionales, al tiempo de ser parte de la estrategia del proyecto de atención y seguimiento al egresado, según las políticas de la Universidad, nos permitió afianzar lazos entre egresado, programa y Universidad, actualizar información y proyectarnos a nuevas formas de seguir, impulsándolos a todos para que sigan representándonos de la mejor manera, la más humana y profesional posible.

La buena noticia es que se viven aires de la II Semana de la Comunicación. Septiembre será el mes de esta fiesta y su agenda promete ser igual de intensa, enriquecedora e integradora. Nuestros invitados: el productor audiovisual cartagenero con reconocimiento internacional, Rubén Fernández; la docente investigadora mexicana, Rosalía Winocur; los periodistas, Jaime García Márquez y Alberto Donadío. Las actividades: taller audiovisual, exposición fotográfica, talleres de formación a padres de familia, de frente mar recargado, foros sobre mujer, periodismo y literatura en homenaje a Silvia Galvis, el encuentro de egresados y la jornada cultural de cierre que tendrá mucho de fútbol y vallenato.

¡Todo está dado! La Universidad en cabeza del rector, doctor Germán Sierra Anaya, se lució con total apoyo. Las puertas que se tocaron se abrieron. Solo falta que los estudiantes, docentes y egresados se agenden y digan una vez más ¡SI!, pues como reza la promesa de la campaña para la autoevaluación del programa: ***¡Si doy lo mejor de mí, el programa tendrá lo mejor de todos!***

*** Bertha Lucía Arnedo Redondo**

*Magíster en Comunicación. Comunicadora Social – Periodista,
Docente de tiempo completo del programa de Comunicación Social.
Miembro del grupo de investigación Comunicación, Educación y
Cultura.*

*Directora del Programa de Comunicación Social de la Universidad de
Cartagena.*