

Editorial

Un equipo integral e integrado

Esta editorial quiero aprovecharla para hacer un reconocimiento especial al equipo humano que ha acompañado mi gestión como Decano de la Facultad de Mercadeo, Comunicación y Artes, a quienes se debe la mayoría de logros y reconocimientos de los últimos años.

Puedo hacer un gran listado de nombres, pero prefiero la vieja premisa de “por sus obras los conoceréis”, por lo tanto, haré mención aquí de los logros que han representado la gran dedicación y responsabilidad, así como el alto compromiso de nuestro equipo docente y administrativo de la Facultad.

Son ellos los artífices de los procesos de calidad de nuestros 22 programas académicos, tanto en la modalidad presencial como en la virtual, y en los niveles de Tecnología, Profesional, Especialización y Maestría, incluyendo los de acreditación de Alta Calidad obtenidos, en

aprobación del MEN y en proceso de autoevaluación.

Hoy, este equipo está conformado por cuatro directores de Departamento, tres coordinadores de programa, un coordinador de área, un coordinador de la sede en Medellín, seis coordinadores de área temática, dos coordinadores de proyectos especiales, catorce investigadores o directores de semilleros, más otros 27 expertos temáticos, igualmente dedicados a la asesoría, a los proyectos de extensión y de responsabilidad social y a la formación científica y disciplinar de nuestros estudiantes.

Ellos, conjuntamente con nuestros docentes de cátedra, atendieron en el 2015 a los 2.591 estudiantes de pregrado presencial, 1.266 estudiantes de pregrado virtual, 196 estudiantes de posgrado presencial y 119 estudiantes de posgrado virtual.

Ellos asesoran a toda nuestra comunidad estudiantil, especialmente a

los 510 estudiantes becados, a nuestros 81 monitores y a los 319 estudiantes en prácticas, quienes también toman parte en este reconocimiento, como el que fue otorgado por el Ministerio de Educación Nacional a dos estudiantes de la Facultad como mejores puntajes en las pruebas Saber Pro en los años 2013 y 2014.

Ellos hacen posible las condiciones de calidad necesarias para garantizar nuestra participación en alianzas nacionales e internacionales, con más de 20 convenios, dentro de los que vale la pena destacar los institucionales que tenemos con otras universidades de la Red Ilumno, el Disney Program y la Fundación Armando Alvares Penteado FAAP de São Paulo, Brasil.

Ellos hacen tangibles nuestras membresías a las principales redes académicas del país: con la Asociación Colombiana de Facultades de Comunicación, AFACOM, y por medio de ella con la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación, FELAFACS; la Asociación de Programas de Mercadeo, ASPROMER; la Red Académica de Diseño, RAD; la Red de Escuelas de Teatro, la Red de Radios Universitarias, RRUC, y la Red de Comunicación Organizacional, RECOR, así

como los convenios especiales que tenemos con la Escuela de Mercadeo y Diseño de Moda Arturo Tejada Cano, La Escuela del Teatro Nacional de Colombia y el Instituto Europeo de Diseño, sede Barcelona, España.

Ellos dan vida a los espacios especiales en nuevas didácticas y prácticas para los estudiantes del Centro de Medios Audiovisuales, CMA, la Agencia de Publicidad Trompo, la productora de contenidos audiovisuales Sala Contacto Polimedios, el Centro de Concentración Creativa C3, el grupo de interés en estudios de mercados y productos Mind Geek, nuestra emisora Poliradio.com, la unidad de periodismo investigativo, el grupo de interés en el estudio del diseño Diseñatorio, la revista digital Prototipo; el espacio cultural y transmidiático “la Moviola”, con su Cine Club Institucional, su blog cultural, sus servicios didácticos de Moviola Express y el Cine va al aula, su programa de radio y sus insertos especiales Lapi-zarium y Fotobturador en las carteleras digitales de la Universidad; y los semilleros en estudios de la imagen, el mercadeo social, las prácticas de consumo y el uso de las TIC en el aula, promovidos por los docentes de los diferentes programas académicos.

Valga decir que estos espacios hacen parte de una apuesta institucional por las nuevas didácticas, por la creencia de aprender haciendo, por el motor esencial que es el propio interés de los estudiantes y por la convicción que tenemos sobre formar a un profesional con competencias para trabajar en proyectos hoy y que diseñe escenarios especiales mañana.

Ellos, nuestros docentes, son los artífices de los proyectos de investigación y productos intelectuales de nuestros grupos de investigación Mercadeo I+2 y Comunicación Estratégica y creativa CEC, de los 21 números que lleva Poliantea, los ocho libros, los 52 artículos, los 17 capítulos de otros libros, las 48 ponencias nacionales e internacionales, y las muchas producciones cinematográficas y multimediales que hemos realizado y publicado en los últimos años.

Ellos nos permiten alcanzar la aceptación de empresarios y receptores de practicantes, no solo con las actividades integradoras de sus clases y la asesoría que prestan a nuestros practicantes, sino con los más de 20 talleres creativos Think Up que el C3 ha realizado para instituciones públicas, privadas y ONG, en los últimos cinco años; las más de cien asesorías y planes estratégicos de comunicación,

PECOS, entregados a empresas de diferentes sectores de la economía nacional, que han realizado, entre 2011 y 2015, los estudiantes del énfasis en Comunicación Organizacional del programa de Comunicación Social Periodismo; y las más de cien producciones anuales realizadas por los estudiantes de los énfasis de cine, fotografía, sonido y televisión del programa de Medios Audiovisuales.

Ellos han sido el soporte para nuestros logros recientes:

- la apertura de nuestros programas en el área de Mercadeo y Publicidad en la sede institucional de la ciudad de Medellín;
- el diseño, implementación y obtención de resultados de aglomeración de las PYMES de confección de vestuario en Bogotá, por medio de la administración del Centro de Servicios Empresariales Zasca Confecciones, en asocio con el Centro de Investigación e Innovación de la Moda, CIIM, para la Secretaría de Desarrollo Económico de la Alcaldía Mayor de Bogotá, el cual viene operando desde el año 2014;
- el Diseño y Coordinación Académica del Diplomado en Creación de Contenidos Convergentes

- Para E-Training y el Ministerio de Telecomunicaciones, MinTIC, la obtención de la licencia como certificadores Pro Tools y la realización de los respectivos cursos;
- y la obtención por dos años consecutivos del Premio India Catalina a Mejor Producción Universitaria, gracias al trabajo de estudiantes y docentes de Sala Contacto en sus producciones para Confidencial TV del medio digital Confidencial Colombia.

En últimas, ellos son los garantes de la calidad y la satisfacción académica y laboral de gran parte de nuestros 15.136 egresados, de los 98 estudiantes que en los últimos tres años han hechos estudios por medio del programa de movilidad internacional y de los cerca de 30 estudiantes extranjeros que nos han visitado en ese mismo lapso de tiempo.

Quedan pues estas últimas líneas para hacer reconocimientos con nombres propios, al equipo de directores de hoy con Leonardo Páez Vanegas, Harvey Murcia Quiñonez, María Isabel Córtes Córtes, Ricardo Vega Rodríguez, Paola Acosta Sierra y César Erazo Parra, y sus respectivos equipos académicos a la cabeza, y para quienes hicieron parte de esta

Facultad en años recientes y fueron también grandes artífices de nuestros logros: Javier Jiménez Herrera, como excelente timonel de todos nuestros programas de Mercadeo; Nancy Ballestas Caro, como directora del Departamento de Comunicación e impulsadora de los programas de Posgrado a su cargo, y Vanesa Plata Peñafort y Mariana Ferrer Moreno como copartícipes de Sala Contacto, quienes con sus estudiantes han obtenido los reconocimientos arriba mencionados.

Sé que soy injusto y dejo muchos nombres por fuera, pero espero tener el tiempo y el espacio para hablar más adelante de nuestros investigadores y sus proyectos, de nuestros encargados de proyectos especiales y sus logros, de nuestros excelentes docentes y sus innovadoras didácticas y prácticas pedagógicas; sé que ellos comprenden las limitaciones de espacio, a la vez que saben que lo único que me queda es memoria para recordar sus éxitos y reconocer sus logros. A ellos, a todos los que han hecho grande a esta Facultad y a esta Institución, muchas gracias en nombre mío y en nombre de los estudiantes, quienes más temprano que tarde reconocerán sus aportes.

De igual manera, y aunque sea de forma tardía, este proyecto merece todo nuestro agradecimiento a los rectores que siempre nos han brindado su apoyo: al Doctor Pablo Michelsen Niño, por creer en mí y en mi capacidad para conducir esta empresa; al Ingeniero Fernando Dávila Ladrón de Guevara, por su capacidad de impulsarnos a creer en nosotros, en mirar hacia el futuro y apoyar

nuestras apuestas innovadoras, y al Economista Jürgen Chiari Escovar, por creer en las capacidades de todo el equipo y por aceptar que, más allá de la norma, lo que es importante en la docencia es lo que les interesa a los estudiantes y a los docentes.

SERGIO HERNÁNDEZ MUÑOZ
Decano de la Facultad de
Mercadeo, Comunicación y Artes