

**“Caleidoscopio”. Feria de Experiencias Investigativas de Información y Comunicación
para el Desarrollo de la Facultad de Comunicación.**

“Kaleidoscope”: Fair of Investigative Experiences of Information and Communication for
Development from the Communication Faculty.

Adlih de la Caridad Fernández Cribeiro^{1*} <https://orcid.org/0000-0002-1054-0524>

Luisa María Guerra Rubio¹ <https://orcid.org/0000-0003-1813-4085>

Rayza Portal Moreno¹ <https://orcid.org/0000-0002-4831-7360>

¹Universidad de La Habana. Cuba

*Autor para la correspondencia: acarfernandezcribeiro@gmail.com

RESUMEN

La Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana realiza anualmente una serie de eventos científicos con el propósito de desarrollar las habilidades investigativas de los estudiantes, difundir los resultados investigativos, debatir y poner en común diferentes ideas, perspectivas y experiencias sobre el campo de la comunicación. Entre esos eventos, se destaca Calei2copio: Feria de Experiencias de Comunicación e Información para el Desarrollo. La presente comunicación tiene el objetivo de caracterizar la organización del evento Caleidoscopio en la Facultad de Comunicación durante el período 2022-2023. A través de un enfoque cualitativo, se analizan su evolución histórica, sus diferentes fases de organización y la participación estudiantil. En el estudio realizado se emplearon técnicas de investigación como revisión bibliográfica-documental, entrevista semiestructurada, encuesta de opción múltiple y

ALCANCE Revista Cubana de Información y Comunicación RNPS: 2246 • ISSN: 2411-9970
Vol. 13 • Núm. 35 • May-Ago. 2024 • pp. 1-12

observación no participante; se evidenció en la recogida de información que este evento científico es uno de los símbolos identitarios de dicha facultad porque acerca a los estudiantes a proyectos comunitarios e institucionales que tienen como fin el desarrollo de la sociedad cubana.

Palabras clave: organización de eventos, eventos científicos, participación estudiantil, Caleidoscopio, Comunicación para el Desarrollo.

ABSTRACT

The Faculty of Communication of the University of Havana annually carries out a series of scientific events with the purpose of developing students' research skills, disseminating research results, debating and sharing different ideas, perspectives and experiences in the field of communication. Among these events, Calei2copio: Fair of Experiences in Communication and Information for Development stands out. The present research aims to characterize the organization of the Kaleidoscope event at the Faculty of Communication during the period 2022-2023. Through a qualitative approach, its historical evolution, its different organizational phases and student participation are analyzed. In the study conducted, research techniques such as bibliographic- documentary review, semi-structured interview, multiple choice survey and non- participant observation were used; it was evidenced that this scientific event is one of the identity symbols of this faculty because it brings students closer to community and institutional projects aimed at the development of Cuban society.

Keywords: Organization of events, scientific events, student participation, Kaleidoscope, Communication for Development.

INTRODUCCIÓN

La universidad es una institución social que comparte los conocimientos fundamentales y desarrolla el pensamiento crítico para formar un profesional integral que contribuya a solucionar los problemas de la sociedad. A su vez, la universidad es un sistema de procesos con un carácter estratégico, sinérgico, simbólico y transversal, que se concreta a partir de la interrelación de la docencia, la investigación y la extensión universitaria con el propósito de promover

el desarrollo cultural de los estudiantes, profesores, investigadores y la ciudadanía en general (González y González, 2019).

La extensión universitaria como proceso sustantivo y complementario de las otras funciones universitarias permite el intercambio dialógico y la interacción de los universitarios con la sociedad (González, O; Batista, A. y González, M., 2020). Esta desempeña una función sociocultural, totalizadora, integradora, dinamizadora e indispensable de la universidad.

Por su parte, González y González (2019) exponen la tendencia actual de la extensión universitaria a partir de la consolidación de un sistema de eventos, congresos, talleres, ferias y jornadas nacionales e internacionales como espacios de intercambio y socialización del quehacer universitario. Para las autoras de la investigación, estos eventos tienen el propósito de aproximar a los estudiantes universitarios con las problemáticas sociales y poner en práctica los saberes y las competencias que han ido adquiriendo y desarrollando durante su formación profesional. En tal sentido, la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana efectúa anualmente una serie de eventos científicos entre los que se destacan: el Festival de la Clase Félix Varela, el Fórum de Historia, el Fórum Científico Estudiantil y Calei2copio: Feria de Experiencias de Comunicación e Información para el Desarrollo.

Caleidoscopio es un evento científico donde confluyen diversas miradas en torno a la Comunicación para el Desarrollo. Este ha propiciado el encuentro de estudiantes y profesionales de las Ciencias Sociales de distintas partes de Cuba; además de permitir el intercambio crítico, dialógico y participativo de diferentes ideas y opiniones sobre disímiles temáticas que responden a la línea de investigación del evento: Información y Comunicación para el Desarrollo.

En el mundo laboral de hoy en día se requiere un profesional capacitado no solo con conocimientos; sino con habilidades que permitan realizar un trabajo de calidad. Por lo tanto, Caleidoscopio contribuye a demostrar en un ámbito investigativo y práctico las competencias profesionales desarrolladas. Por ello, resulta necesario realizar un recorrido histórico sobre el papel preponderante que ha desempeñado la organización e implementación de dicho evento en la formación profesional de los estudiantes universitarios, principalmente los de la Facultad de Comunicación (FCOM). De esta manera, se perfilaría la participación estudiantil en las distintas modalidades de la feria de experiencias: stand, producto comunicativo (gráfico, sonoro, audiovisual), artículo científico, proyecto y

ALCANCE Revista Cubana de Información y Comunicación RNPS: 2246 • ISSN: 2411-9970
Vol. 13 • Núm. 35 • May-Ago. 2024 • pp. 1-12

fotografía. A su vez, se caracterizarían las diferentes fases de la organización de este evento que tiene el propósito de crear conciencia, reflexión y responsabilidad compartidas.

Materiales y Métodos

La investigación se desarrolla durante los años 2022-2023, en las XI y XII Ediciones de Calei2copio: Feria de Experiencias de Comunicación e Información para el Desarrollo. El proceso de investigación se ha apoyado en el análisis de los resultados de instrumentos y técnicas como la revisión bibliográfica-documental, la entrevista semiestructurada, la encuesta de opción múltiple y la observación no participante; elementos que han favorecido la obtención de datos más representativos y ayudó a identificar los vacíos en el tema objeto de estudio.

En este estudio se emplean las dos tipologías de observación no participante. Por un lado, la observación no participante directa, ya que la autora de la investigación formó parte de los Comités Organizadores de Calei2copio en las ediciones de los años 2022 y 2023, y recopiló información de los participantes sobre el objeto de estudio. Por otro, la observación no participante indirecta porque se han recolectado datos a partir de fotografías y documentos gráficos del evento. Los aspectos que se observan son las temáticas abordadas, los patrocinadores, los proyectos participantes y las fases de organización del evento.

Aproximaciones al término evento científico como una forma de comunicación científica

El término evento es polisémico. Numerosos autores en sus publicaciones han definido esta palabra de una forma práctica haciendo referencia al proceso de planificación, ejecución y evaluación del evento. Campos (2017 como se citó en Oliver, 2021) explica que “una idea creativa convierte un evento en una experiencia para no olvidar, una idea sencilla que demuestra una vez más el valor de lo humano, y la importancia del protagonista, el público” (p.94). De acuerdo con la Red de Consumo Consciente, Responsable y Transformador de Donostia (SARETUZ, 2017), “un evento es una actividad planificada para un período de tiempo determinado y en un espacio concreto, donde se crea un entorno de socialización y que involucra a un conjunto de personas” (p.1).

Dos referentes del campo académico/profesional de los eventos son Joe Jeff Goldblatt y Donald Getz. Estos autores consideran que un evento es una oportunidad para el ocio, un acontecimiento especial, una experiencia social o cultural, de una sola vez, único y fuera de experiencias de cada día (Goldblatt, 2010 como se citó en Bernad, 2020; Getz citado por Berridge, 2007). Siguiendo este paradigma de los eventos como momentos especiales y únicos en

ALCANCE Revista Cubana de Información y Comunicación RNPS: 2246 • ISSN: 2411-9970
Vol. 13 • Núm. 35 • May-Ago. 2024 • pp. 1-12

el tiempo que generan experiencias fuera de la cotidianidad, los académicos Campos y Fuente (2013) refieren que el evento, por un lado, es un acto en directo, efímero y especializado que relaciona en el mismo espacio al emisor y al receptor; por otro, es una extraordinaria herramienta de comunicación y un canal perfecto para fortalecer los mensajes, la interacción y la visibilidad de las empresas con sus públicos.

Las investigadoras Fernández y Balonas (2021) en su estudio subrayan la palabra “programado”, ya que consideran que “los eventos públicos deben ser desarrollados con una intencionalidad clara y concreta y siguiendo el proceso de programación de las relaciones públicas (investigación, planificación, ejecución y evaluación)” (p.123). En función de lo planteado anteriormente, la autora de la investigación asume que los eventos son sucesos, acontecimientos o actividades programadas o imprevistas, únicas e irrepetibles en la vida de cada individuo; que posibilitan un intercambio comunicativo –ya sea presencial o virtual– y una experiencia memorable entre diferentes personas y se encuentran mediados por factores geográficos, sociales, culturales, políticos, económicos, religiosos, lingüísticos, académicos y profesionales.

Algunas definiciones sobre la organización de eventos

La investigación científica en el campo de los eventos resulta insuficiente según las miradas de autores como: Campos y Fuente, 2013; Capriotti, 2007 como se citó en Gil- Jerez, 2023. A su vez, Oliver (2021) considera que “la industria de los eventos es un sector creciente y en evolución que suele pasar desapercibido” (p.98). La organización de eventos es una disciplina que se vincula con el protocolo, la comunicación, el marketing y las relaciones públicas; de hecho, resulta ser una de las funciones tradicionales de esta última. Para algunos autores como Jiménez-Morales y Panizo (2017), la organización de eventos es una herramienta de comunicación estratégica en el ámbito de las Relaciones Públicas. Siguiendo la misma postura, Bernad (2020) expresa que “la organización de eventos se ha posicionado como uno de los ejes estratégicos de marketing y comunicación en las organizaciones. Los eventos se han convertido en una herramienta de experiencias, al permitir generar en el público sensaciones y emociones” (p.141). Esto afianza la idea de la interdisciplinariedad de este campo académico/profesional (Berridge, 2007).

Desde el punto de vista de la autoras de la investigación, la organización de eventos es el proceso estratégico de investigación, planificación, ejecución y evaluación que según la tipología y la temática, se debe definir la modalidad –presencial o virtual–, el lugar, la temporalidad, la cantidad de personas que se van a convocar e invitar, el protocolo, el presupuesto, los recursos humanos, materiales, tecnológicos y económicos, si se desea informar a los medios de

ALCANCE Revista Cubana de Información y Comunicación RNPS: 2246 • ISSN: 2411-9970
Vol. 13 • Núm. 35 • May-Ago. 2024 • pp. 1-12

comunicación, y los distintos objetivos que se aspiran a lograr. Se concibe además la organización de eventos como una herramienta estratégica que se subordina a las relaciones públicas y al protocolo; lo que trae consigo confusiones en torno a las definiciones conceptuales de dichos términos. Sin embargo, la organización de eventos es una disciplina autónoma que se interrelaciona con la comunicación, las relaciones públicas, el protocolo y el marketing con el propósito de conseguir un impacto en la sociedad a través de la interacción de los individuos y el intercambio de conocimientos, criterios, intereses, servicios, productos y experiencias.

De la génesis al evento

El evento Calei2scopio surgió en el año 2009 por la disciplina Comunicación y Desarrollo de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana como una iniciativa en la que los estudiantes de Comunicación Social compartieran sobre sus experiencias en distintos proyectos de desarrollo en los Talleres de Transformación Integral del Barrio. La feria tiene como objetivo principal ser un espacio para compartir experiencias que empoderan e impulsan la capacidad de transformar, especialmente desde la comunicación y la información; y aportar herramientas a sus participantes que permitan materializar una sociedad inclusiva de participación. Está dirigida tanto a profesores como universitarios e investigadores que pretendan socializar y dar visibilidad a investigaciones relacionadas con la educación y el progreso. Entre las temáticas abordadas durante las doce ediciones (2009-2023) se destacan: proyectos de desarrollo, desarrollo sostenible, desarrollo local, arte comunitario, género, emprendimiento, cultura participativa, salud, medio ambiente, equidad y tecnología (ver Figura 1). Sin embargo, la Facultad de Comunicación no posee una base de datos sobre este evento, lo que evidencia una mala gestión documental por parte del comité organizador/fundador y los comités posteriores; paradójicamente la feria siempre ha tomado su precedencia como un factor referente para incrementar la participación, la motivación y la visibilidad.

ALCANCE Revista Cubana de Información y Comunicación RNPS: 2246 • ISSN: 2411-9970
Vol. 13 • Núm. 35 • May-Ago. 2024 • pp. 1-12

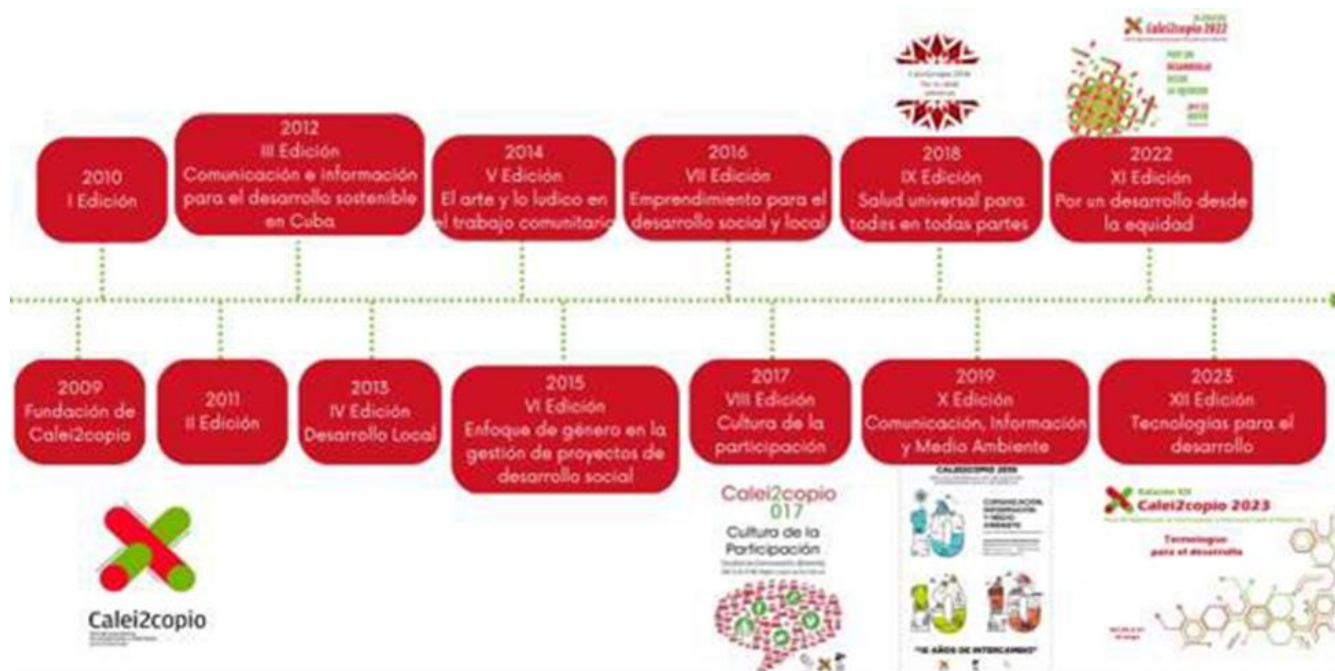


Figura 1: Evolución histórica de Calei2copio.

El nombre del evento –Calei2copio– está relacionado con “observar las realidades desde múltiples perspectivas, con optimismo y visión de futuro, por la metáfora del caleidoscopio que cuando se mira por uno se ven distintas formas” (N. González, comunicación personal, 8 de junio de 2023). Este establece una simbiosis teórico-práctica en función del desarrollo. Después de su surgimiento, el evento adoptó un carácter inter y multidisciplinario al “convocar también a estudiantes de Periodismo y de Ciencias de la Información, personas, grupos y estudiantes de otras facultades de la universidad o de otros espacios comunitarios e institucionales que estuvieran tributando a las agendas del desarrollo” (N. González, comunicación personal, 8 de junio de 2023). La feria se desarrolló de manera ininterrumpida exceptuando los dos años de la pandemia de la covid-19 (2020-2021). La participación estudiantil ha sido el motor impulsor de esta feria de experiencias. Desde el punto de vista de L.A. De la Noval (comunicación personal, 5 de junio de 2023), “este evento moviliza a estudiantes y profesores de la facultad y se ha convertido en uno de los símbolos de FCOM (Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana)”. Entonces, se puede afirmar que la participación estudiantil ha sido elevada, ya que un grupo de estudiantes se encarga de organizar el evento mientras que otro asiste como participantes.

ALCANCE Revista Cubana de Información y Comunicación RNPS: 2246 • ISSN: 2411-9970
Vol. 13 • Núm. 35 • May-Ago. 2024 • pp. 1-12

Se considera que este evento resulta ser un escenario estratégico de comunicación para promover maneras diversas de ver a la sociedad cubana, y un punto de convergencia para la comunidad universitaria, ya que se presentan resultados investigativos, de docencia y de prácticas laborales. A su vez, se comparten las experiencias de los participantes en procesos de Comunicación para el Desarrollo o en procesos que tributan al desarrollo de las diferentes agendas que contribuyen a fortalecer el trabajo de la extensión universitaria, la docencia y la investigación.

Una mirada inclusiva: proyectos e instituciones participantes

Las primeras ediciones de Calei2copio: Feria de Experiencias de Comunicación e Información para el Desarrollo sesionaban simultáneamente con el Fórum Científico Estudiantil de la Facultad de Comunicación, ofreciendo una convergencia de espacios para compartir ideas, productos comunicativos, artículos científicos, experiencias de trabajo en comunicación e información que tributarán a proyectos de desarrollo diversos. También, compartían miembros del comité organizador y las premiaciones de ambos eventos se efectuaban en el mismo espacio. A medida que la feria fue ganando visibilidad en la sociedad cubana, se decidió separar en el año 2018 ambos eventos y realizarlos en fechas distintas.

Cabe mencionar al proyecto comunitario “Granjita Feliz” que trabaja con un grupo de niñas, niños y personas con discapacidades intelectuales, físicas y sensoriales en talleres de siembra de fresas, plantas medicinales y aromáticas, cunicultura, cría de codornices, artes plásticas, danza, narración oral, manualidades para el reciclaje de envases plásticos, papel, cartón y algunos metales.

Por otro lado, se destaca el proyecto educomunicativo interdisciplinar “Escaramujo”, fundado en el año 2010 y que tiene como objetivo general “contribuir al desarrollo psicosocial de niñas, niños y adolescentes en Cuba, fundamentalmente en aquellos y aquellas que viven en condiciones de vulnerabilidad social, a partir de una práctica educomunicativa gestionada desde el ámbito universitario y concebida desde la concepción y metodología de la Educación Popular”.

También se distingue el proyecto “Espejuelos para el género”, iniciativa que acompañaba la Organización Panamericana de la Salud (OPS) y la Organización Mundial de la Salud (OMS) en Cuba, junto al Ministerio de Educación, la Escuela Nacional de Salud Pública y la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana. Este proyecto estuvo activo hasta el año 2019 y su objetivo general era “trabajar en el entorno escolar con niñas, niños y docentes para fomentar construcciones de género saludables. Realizaba talleres de música, literatura, teatro, comunicación social, donde se debatía y se elaboraban diferentes productos sobre el género”.

ALCANCE Revista Cubana de Información y Comunicación RNPS: 2246 • ISSN: 2411-9970
Vol. 13 • Núm. 35 • May-Ago. 2024 • pp. 1-12

En las ediciones de los años 2022-2023, sobresale la participación del proyecto infocomunicativo “Petabyte Blog” perteneciente a la Facultad de Comunicación. Este tiene el objetivo de “dialogar y formar competencias relativas a los procesos sociales de la tecnología y las tecnologías como mediadoras de ámbitos diversos, incluyendo la cibercultura, los modos de aprendizaje, el marketing digital, los cambios culturales de la socialización en entornos virtuales o híbridos”.

Asimismo, se pueden nombrar otros proyectos como: Mujeres en Desarrollo, EnREDES, 60 Segundos, Humanidades Digitales, Cimarronas, ProAMI, Proyecto EcoRizos, Proyecto CienLabS “Laboratorios de innovación social de Cienfuegos”, Proyecto Tango Habana y Proyecto Lazos. Las otras cátedras honoríficas de la facultad encontraron en Calei2copio un espacio académico expositivo para darse a conocerse y reforzar la sinergia interna de FCOM: la Cátedra Conrado Massaguer (cultura, identidad y visualidad); la Cátedra Pablo de la Torriente Brau (periodismo, ensayo y literatura) y la Cátedra Santiago Álvarez (producción documental y audiovisual desde el periodismo).

La participación estudiantil en el evento

La participación estudiantil ha sido un factor relevante a lo largo de la evolución histórica del evento científico Calei2copio. Este es un evento creado por los estudiantes y para los estudiantes, con el acompañamiento de profesores y profesionales vinculados con la temática de la comunicación para el desarrollo. Las valoraciones de las organizadoras entrevistadas sobre la participación estudiantil se exponen a continuación: “la participación estudiantil ha disminuido de forma gradual de una edición a la otra (2022-2023)”; “se debería mejorar el compromiso y la capacidad de convocatoria para próximas ediciones con el propósito de que formen parte del Comité Organizador aquellos universitarios que realmente deseen implicarse y comprometerse en el proceso organizativo del evento”; “la participación estudiantil se puede dividir en dos partes: aquellos que formaron parte del Comité Organizador o presentaron trabajos al evento y los que asistieron como oyentes, estos últimos tuvieron un nivel bajo de participación”; “la participación estudiantil es buena, sobre todo, en lo referente a la participación en proyectos o en la presentación de productos comunicativos”; “los estudiantes son la mayoría del Comité Organizador, siendo un por ciento bastante alto y significativo”; “sin la participación estudiantil Caleidoscopio decaería mucho tanto en calidad como en espíritu”.

Teniendo en cuenta los criterios expuestos anteriormente, se puede afirmar que el decrecimiento en los niveles de participación se debe a la falta de convocatoria por parte del propio comité para socializar las bases principales que

tiene el evento; lo que trae consigo que muchos estudiantes de primer año de la Facultad de Comunicación que poseen el tiempo, la motivación y el interés por insertarse en la facultad no logren informarse de este tipo de actividades que les pueden ayudar tanto a su currículum profesional como a su preparación académica. A su vez, la mayoría de la responsabilidad y la participación recae en los estudiantes de cuarto año y, como este es un año terminal, los alumnos se centran más en su ejercicio de culminación de estudios que en implicarse, comprometerse y participar en el evento. Por otra parte, se debe destacar que la participación estudiantil es una de las razones fundamentales de la creación de Calei2copio para vincular al estudiantado con los proyectos de desarrollo de instituciones y comunidades. Por lo tanto, se está ante tres grupos trascendentales de la participación estudiantil: quienes hacen el evento, quienes presentan trabajos y quienes asisten para informarse y conocer los proyectos; cada uno de ellos hace posible la celebración anual de Calei2copio.

Las autoras de la investigación consideran que el nivel de participación ha decrecido considerablemente de la edición del año 2022 a la del 2023. Se recomienda trabajar la comunicación del evento para crear acciones que informen y motiven a los estudiantes de FCOM de las diferentes modalidades de estudios (Curso Diurno, Curso Por Encuentros y Educación a Distancia) a asistir. De igual manera, se debería aplicar una metodología de selección para conformar el Comité Organizador donde se resalten el valor de responsabilidad y las habilidades comunicativas, organizativas, proactividad, trabajo en equipo y motivación. En el mismo sentido, se debe resaltar el papel de los oyentes como un público relevante dentro del evento. De forma similar, las acciones para captar nuevos participantes se deben enfocar en retener la atención de los diversos públicos a través de mensajes innovadores, creativos, inclusivos y que impulsen la cocreación de contenido.

Conclusiones

La investigación realizada permitió distinguir que la organización de eventos es el proceso estratégico que define cómo se debe realizar metodológicamente un evento. Esta se compone de cuatro fases: investigación, planeación, ejecución y evaluación. Sin embargo, no existe un consenso entre los investigadores de este campo académico-profesional para definir dicha categoría. La organización de eventos es una disciplina autónoma que se vincula con la comunicación, las relaciones públicas, el protocolo y el marketing con el propósito de conseguir un impacto en la sociedad a través de la interacción y el debate entre los individuos. La investigación científica en este campo es insuficiente y posee una fuerte mirada eurocentrista.

ALCANCE Revista Cubana de Información y Comunicación RNPS: 2246 • ISSN: 2411-9970
Vol. 13 • Núm. 35 • May-Ago. 2024 • pp. 1-12

Se constató que los eventos científicos facilitan el acceso a información actualizada, ponen en común saberes y opiniones, fomentan el debate y el aprendizaje continuo entre estudiantes, docentes, investigadores y profesionales. Los datos de documentos y agentes implicados en la organización referencian que Calei2copio: Feria de Experiencias de Comunicación e Información para el Desarrollo es un evento científico con más de una década de celebración en la comunidad universitaria cubana. Este se convirtió en uno de los símbolos identitarios de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana al ser el puente de intersección del conocimiento científico con el conocimiento popular, pues acerca a los estudiantes a proyectos sociales, locales e institucionales que tienen como fin el desarrollo de la sociedad cubana.

La investigación demostró que en la organización del evento Calei2copio ha predominado el empirismo, ya que se toma como punto de referencia las ediciones precedentes. La Cátedra de Comunicación e Información para el Desarrollo es la entidad convocante del evento desde el año 2017 y quien designa su temática central. La valoración de organizadores y participantes arrojó que no se han aplicado instrumentos (encuestas o entrevistas) para conocer los intereses y las sugerencias del público estratégico sobre los temas que quisieran que se abordaran hasta el presente estudio. Por tanto, no se le ha prestado especial importancia a las fases de investigación y evaluación.

Las características del evento en los años 2022 y 2023 han estado vinculadas en la planeación y la participación porque se crea el comité organizador y se designa sus funciones como: la calendarización de las actividades, la elección del jurado, los conferencistas y los patrocinadores, la selección de las modalidades de participación y la publicación de la convocatoria en las redes sociales y medios de comunicación; además, se les brinda a todos los participantes una experiencia multidisciplinar a partir de la incursión al mundo de la Comunicación para el Desarrollo. La participación estudiantil ha sido el factor crucial del evento, ya que fue creado por y para los estudiantes. Esta se puede dividir en tres grupos: organizadores, oyentes y concursantes. La investigación evidenció que la participación en el día académico del evento es escasa en comparación con el día de la feria porque no se han realizado acciones que informen y motiven a los estudiantes a asistir, aspecto a tener en cuenta para futuras ediciones.

REFERENCIAS

ALCANCE Revista Cubana de Información y Comunicación RNPS: 2246 • ISSN: 2411-9970
Vol. 13 • Núm. 35 • May-Ago. 2024 • pp. 1-12

Bernad, M. (2020). Innovar en eventos: Experiencias mediadas con realidad virtual y video 360°. *Sphera Publica. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, 20(1), 141-159.

Berridge, G. (2007). *Events Design and Experience*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann (Events Management Series).

Calei2copio [carpeta digital]. (2022). Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.

Campos, G., y Fuente, C. (2013). Los eventos en el ámbito de la empresa. Hacia una definición y clasificación. *Revista de Comunicación de la SEECI*, (32), 73-105.

5. Fernández, A., y Balonas, S. (2021). La creatividad en la organización de eventos en la era Covid. *Sphera Publica*, 2(21), 121-146.

6. Gil-Jerez, M. (2023). Retrato del perfil profesional del organizador de eventos. *IROCAMM*, 6(1), 24-40.

7. González, G., y González, M. (2019). La responsabilidad social de la universidad: antecedentes, conceptos, tendencias y retos de la extensión universitaria. *COMPROMISO SOCIAL. Revista de la UNAM-Managua*, 1(1), 13-22.

8. González, O., Batista, A., y González, M. (2020). Indicadores de calidad del proceso de extensión universitaria en la Universidad de La Habana. *Revista San Gregorio*, (43), 49-64.

9. Jiménez-Morales, M., y Panizo, J. (2017). *Eventos y protocolo. La gestión estratégica de actos corporativos e institucionales*. Editorial UOC.

10. Oliver, A. (2021). Personalización y registro de un evento a través de la comunicación y el marketing de eventos. *Barataria. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, (31), 86-100.

11. SARETUZ. (2017). *Criterios para organizar eventos. Planifica un evento sostenible, inclusivo, amable, divertido, creativo*. Donostia, San Sebastián.