

Columna

Nuevos profesionales para una sociedad nueva

Por: Mauro Lombardi, decano Facultad de Comunicaciones y Artes



UDLA desde sus inicios ha estado trabajando sobre la calidad en la formación. Miramos permanentemente lo que hacemos y hacia dónde nos dirigimos. Nuestras decisiones apuntan a cumplir nuestra misión que, en una de sus partes, dice que formamos profesionales para las necesidades del mercado. Este es el eje de nuestro trabajo y sobre el que giran todas las decisiones relevantes. Entonces, la pregunta siguiente es: ¿y cuáles son esas necesidades del mercado? Los profesionales hoy no sólo se miden por lo que saben hacer o por lo que conocen de su área, sino también por lo que son capaces de comprender, de sus habilidades para interpretar una realidad determinada en un momento definido, ante una sociedad que demanda soluciones en poco tiempo, con criterio, flexibilidad y entregadas con asertividad. Es entonces que la misión de formar profesionales adquiere nuevos desafíos. Unos que, quizás, las antiguas generaciones no alcanzaron siquiera a imaginar, pero que hoy son determinantes en el éxito laboral. Somos una institución centrada en la docencia. Queremos formar profesionales para el mundo actual: concreto, con

habilidades de adaptación, ante una sociedad que cambia a un ritmo frenético. Pongamos el caso de la tecnología. Ésta queda obsoleta cada 18 meses. Es decir, en teoría, durante su paso por UDLA, cualquier estudiante habrá visto a lo menos dos cambios profundos en esta área. Ese es el gran desafío para la educación. Hoy no sólo se deben adaptar los contenidos que se imparten permanentemente, sino que además se debe crear conciencia en el estudiante de que el enfoque de su desarrollo debe estar más en los métodos de aprendizaje que incorpore, antes que en determinados contenidos asimilados. Aprender a aprender. Es un lugar común, pero resume muy bien los desafíos de lo que entendemos hoy como una educación de calidad. La respuesta entonces a qué es lo que requiere el mercado es simple: se requieren profesionales flexibles, con capacidad de reinventarse tantas veces como sea necesario, de asimilar y abrazar el cambio antes que otros, en vez de resistirse a éste. En eso trabajamos día a día, pues sabemos que cada profesional que sale de UDLA hablará todo el tiempo sobre la calidad de la formación en esta universidad. Y eso es algo que nunca podemos perder de vista.

Las estudiantes Ninoska Soto, Paulina Vera, Claudia Rodríguez y Andrea Escobar participaron en este importante evento universitario, instancia que permite a los alumnos de distintas instituciones mostrar sus trabajos e intercambiar propuestas y nuevos lenguajes en el ámbito de la danza contemporánea.

Destacamos



Alumnas de la carrera de Danza se presentan en el Teatro Municipal de Santiago

Las jóvenes estudiantes se presentaron en los escenarios más importantes a nivel nacional, dentro del marco del 10° Encuentro Universitario de Danza Balmaceda Arte Joven, una instancia de alto nivel donde son convocadas las principales escuelas de Danza de las universidades de la Región Metropolitana.

Actualidad

El nuevo periodismo: sin agachar la cabeza

Por: Ignacio Pérez, director Escuela de Periodismo



Hace 10 años subirse al Metro, entrar a un café o pasar por una plaza, entregaba un paisaje muy distinto al de hoy: se veía gente con el diario bajo el brazo o leyéndolo. Hoy, encontrar a alguien hojeando siquiera un diario papel, es una rareza y lo normal es ver a la gran mayoría de las personas con la cabeza abajo y sus dedos ocupados en pequeños dispositivos, totalmente sustraídos de lo que sucede afuera. Haga el ejercicio de entrar en un vagón de Metro y cuente la cantidad de ciudadanos con la pera casi pegada al pecho. Es impresionante. La costumbre de leer el diario papel es cosa del pasado y no hay que hacer estudios de realidad nacional ni encuestas para saberlo. Es cosa de salir a la calle. Pero no es sólo la desaparición de la costumbre de leer en papel -quizás es lo más evidente- ya que este escenario viene acompañado también de cierre de medios de distinta índole, la gran mayoría tradicionales. ¿Se viene el caos? ¿Volveremos a afirmar aquella frase apocalíptica de los años 90, que periodistas y comunicadores no encontrarán trabajo en ninguna parte "porque el mercado está saturado"? Eso sería lo primero y quizás, para muchos, lo más lógico. Pero no hay

que quedarse con esta conclusión. Claro, en 1989, 1995 o 2002 sí, pero no hoy. El emprendimiento en el periodismo y las comunicaciones, ya no es una opción lejana. Al revés, hoy es básico para vivir en un área como las comunicaciones y el periodismo, que es vital para el desarrollo de una sociedad, y que sus estructuras tradicionales de maneras de comunicar, sobrevivencia de medios de comunicación y empleabilidad, desaparecieron. El camino es más largo, pero a la larga puede ser el más seguro. La estabilidad, entendida como trabajar 10 ó 20 años en un lugar, o creer que con un contrato se alcanza, es perder de vista lo que sucede hoy. No aprovechar las grandes alternativas que actualmente existen para desarrollar contenidos diversos y de nicho, buenos productos y medios de comunicación, sería no entender lo que sucede afuera. Por cada medio cerrado, una nueva idea. Por cada diario que no se lee, nuevas maneras de informar. Por cada persona que agacha la cabeza para meterse en una pantalla, no hay sólo una población que tendrá problemas al cuello, la espalda y tendinitis en las manos, sino que además audiencias más activas, diversas y buscando nuevas formas de consumir todo tipo de información. Pero para ver esta realidad, nosotros no podemos tener la cabeza gacha.

Estudiantes de Relaciones Públicas plantean estrategias comunicacionales para ONG América Solidaria



La actividad, organizada por la Escuela de Comunicaciones de UDLA, instó a los alumnos a trabajar en equipo y bajo presión, con el objetivo de abordar un déficit de la organización.

La Escuela de Comunicaciones realizó este concurso para alumnos de la carrera, denominado "Workshop de Relaciones Públicas", en el que 25 estudiantes debieron dividirse en grupos con el objetivo de plantear una estrategia comunicacional compatible con América Solidaria. Esta es una ONG que busca superar la pobreza infantil en el continente, desarrollando proyectos de salud, educación y desarrollo económico familiar, liderados por profesionales voluntarios.

Tras dos horas de trabajo, los estudiantes presentaron sus exposiciones ante un jurado presidido por Sebastián Quiroga, representante de América Solidaria, y los docentes de la carrera Orlando Morales, Isabel Derviniadis, Carla Perozzo, Jaime Juica, Jorge Watson y Ernesto Eglinton. En tanto, Yanko Gallardo, director de la Escuela de Comunicaciones, y Verónica Rodríguez, directora de carrera de la Facultad de Comunicaciones y Artes fueron los organizadores de la actividad.

Por votación unánime, el proyecto del grupo denominado "En un dos por tres" resultó ser el ganador. "La idea era que los jóvenes plantearan una estrategia que nos ayude a corregir la principal debilidad que tiene la fundación en Chile, como lo es la relación con nuestros patrocinadores. De esa forma, la estrategia de este grupo fue la más innovadora, al visibilizar, a través del uso de las redes sociales, el trabajo que realiza América Solidaria en terreno", indicó Sebastián Quiroga.

Asimismo, Quiroga agradeció esta iniciativa de UDLA con la fundación. "Dado que llevamos poco tiempo en el país, estamos conscientes de que aún tenemos muchos aspectos por mejorar. Ante ello, es de gran ayuda que agentes externos a la fundación, como la Escuela de Comunicaciones de UDLA en este caso, señalen qué caminos nos pueden servir para optimizar nuestro desempeño a futuro", sostuvo.

Por su parte, el director de la Escuela de Comunicaciones, Yanko Gallardo, señaló que el objetivo de este concurso fue que los estudiantes de Relaciones Públicas se enfrentaran a un escenario similar a los que encontrarán una vez que ingresen al mundo laboral.

Yanko Gallardo, director de la Escuela de Comunicaciones, recomienda visitar la página: www.starterdaily.com

La página que recomiendo esta vez se especializa en comunicación digital, publicidad, generación de contenidos -incluso periodísticos- y todo lo que tiene que ver con innovación creativa digital.

Está dirigida por un destacado publicista, Néstor Carrasco, quien realiza en UDLA varios foros sobre desarrolladores de apps. Starterdaily.com es una página chilena en la que los alumnos van a poder encontrar lo mejor de la publicidad online de nuestro país y el mundo en un solo click.

Para ver y leer

La docente de la carrera de Relaciones Públicas, Marión Figueroa, recomienda: **"Estandarización de protocolo y buenas costumbres"**, de Patricia Castillo



Esta obra estandariza ciertos criterios y normas respecto del protocolo y agrega una variada y nutrida información sobre modales y costumbres que caracterizan a nuestra idiosincrasia.

Es un texto amigable y que se puede revisar y entender muy fácilmente, ya que presenta imágenes explicativas. Pero además, recomiendo su lectura porque es una de las pocas obras nacionales

que trata el tema del protocolo; la mayor parte de la bibliografía al respecto es extranjera.

Nuestra facultad

Estudiantes de Periodismo de UDLA obtienen 2º lugar en Torneo de Actualidad



Los alumnos destacaron por sus conocimientos y dominio de la actualidad nacional e internacional, dentro del certamen organizado por la Universidad Santo Tomás.

Luis Cofré y Sebastián Pooquett, alumnos de tercer año de Periodismo de UDLA, lograron el segundo lugar en el "IX Torneo de Actualidad" organizado por la Universidad Santo Tomás, en el que se enfrentaron estudiantes de la carrera de Periodismo de distintas universidades nacionales. Cada institución fue representada por una dupla de estudiantes, quienes debían responder de manera correcta a distintas interrogantes sobre el acontecer nacional y temas de contingencia internacional. Los alumnos de UDLA tuvieron un excelente desempeño en todas las etapas del torneo y lograron llegar a la final, que disputaron con la Universidad Diego Portales.

Para Sebastián Pooquett, estudiante que representó a nuestra universidad, competir en este torneo "era realmente un desafío, pues el año pasado obtuvimos un tercer lugar y nos propusi-

mos tener un mejor resultado en esta ocasión. Por eso nos preparamos con bastante anticipación junto a mi compañero, fue un gran trabajo en equipo en el que nos apoyaron nuestros profesores Patricio Gutiérrez y Fidel Oyarzo".

Mientras que para su dupla y compañero Luis Cofré, la experiencia de participar en este certamen "fue muy gratificante, ya que reflejó nuestra preparación en esta área, pues dentro de nuestras asignaturas siempre revisamos temas de contingencia, por lo que nos encontramos sumamente familiarizados con estos temas. Ahora tenemos el desafío de participar el próximo año, donde queremos ir por el primer lugar".

Para el director de la Escuela de Periodismo de UDLA, Ignacio Pérez, "el resultado no sólo es un orgullo para nuestra escuela, sino además el reflejo de la capacidad de nuestros estudiantes, la dedicación y pasión que tienen por esta profesión. Demuestra también que como escuela vamos por buen camino, y es un impulso para seguir entregando formación de excelencia".



Egresados de Publicidad asisten a charla sobre directrices y problemáticas publicitarias



Con el fin de compartir tendencias profesionales y laborales, UDLA organizó el primer Encuentro de Egresados de Publicidad, en el que participó Yanko Gallardo, director de la Escuela de Comunicaciones; José Miguel Infante, director de carrera; Carolina Gallardo, coordinadora de Publicidad, y Jaime Gómez, publicista y egresado UDLA, para compartir las temáticas actuales que se están desarro-

llando en el área, más aún la denominada "sociedad líquida". En la actividad expuso el publicista y académico UDLA, y director de innovación y creatividad en Omnicom Media Group, Jaime Gómez, y Claudio Seguel, publicista y académico UDLA, redactor publicitario y fundador de los festivales Copywriter y Brandstory.

Ambos se refirieron a la "sociedad líquida", es decir, lo que se habla de las marcas más allá de su difusión oficial. Ante esto, Gómez comentó que "hoy mucha información de las marcas está puesta en internet, a nivel fragmentario, pero donde muchas veces no existe vínculo con el consumidor. Por eso, las marcas deben tener un rol en los medios digitales, vínculo que muchas veces se logra a través de ideas más simples que tienen más fuerza y valor".

Yanko Gallardo, director de la Escuela de Comunicaciones, comentó que "la realización de esta actividad nos permitió compartir con egresados de distintas generaciones que se desarrollan en áreas profesionales como el marketing, las agencias, la academia o en emprendimientos ligados al rubro. En esta oportunidad, ofrecimos a nuestros egresados una charla sobre el tema de la "sociedad líquida", que es la tendencia actual de las marcas mundiales. Además, esta instancia sirvió como un espacio de actualización de conocimientos y de intercambio de opiniones respecto de los desafíos que hoy nos plantea la publicidad. Nuestros ex alumnos participaron activamente y quedaron muy satisfechos, por eso ya estamos organizando una nueva instancia para comienzos de 2015".

Egresados participan en segundo Encuentro de Periodismo 2014



Con la presencia de Ignacio Pérez, director de la Escuela de Periodismo, y José Miguel Infante, director de carrera de Periodismo y Publicidad de UDLA, se dio inicio al segundo Encuentro de Egresados de Periodismo de nuestra universidad en el Campus Santiago Centro.

La actividad contó con la participación y exposición de Eduardo Castillo, periodista, editor de Internet en CNN Chile y profesor de la Escuela de Periodismo UDLA, quien expuso sobre el "Uso profesional de redes sociales en el periodismo y las comunicaciones".

Castillo contó cómo partió el contenido digital en los medios de comunicación en Chile, cuando recién se estaba cuestionando el uso de internet, agregando que actualmente, a pesar de los grandes avances que existen, se produce una intoxicación de contenidos, ya que cada día hay más medios que utilizan la plataforma digital para exponer información.

Por tanto, comentó que como periodistas y creadores de contenido en medios, empresas o emprendedores, hay muchos factores que influyen y que se deben manejar, entre ellos, que en Chile hay más celulares que personas o que hoy existe mayor movilidad en el consumo de datos, ya que según él, "crear un sitio web hoy es una pérdida de tiempo".

En Chile, agregó Castillo, existe un campo fecundo para las redes sociales, sin embargo, señaló que "este fenómeno trata la información como un "delivery", es decir, llega directamente a domicilio. Si tengo un gran contenido pero no llega a todos los consumidores, te lo hago llegar directamente".



Una red de oportunidades

La Red de Egresados UDLA tiene como propósito generar un vínculo permanente con sus más de 31 mil egresados a nivel nacional, brindando servicios, beneficios y actividades que los apoyarán durante su carrera profesional.

Podrás acceder a:

- Crear tu red de contactos (ingresando tu rut (sin guión ni punto) y fecha de nacimiento (dd/mm/aaa) como clave
- Convenios de desarrollo profesional
- Certificados en línea
- Encuentros de egresados por áreas de estudio
- Actividades de extensión académica y cultural
- Servicios UDLA (gimnasio, biblioteca, casino, entre otros)
- Convenios de beneficios con empresas

Empleabilidad

- Apoyo en la inserción al mundo laboral para alumnos de último año y recién egresados, y a la movilidad y/o desarrollo de carrera para egresados que ya se encuentran trabajando
- Charlas y talleres de empleabilidad
- Asesoría para la búsqueda de empleo y emprendimiento
- Ferias laborales
- Reclutamiento en campus
- Ofertas laborales directas para egresados y alumnos UDLA, a través de nuestro Portal de Empleos www.empleos.udla.cl

Conoce y sé parte de la Red de Egresados UDLA
www.redegresados-udla.cl

Red de Egresados UDLA
UDLA-Universidad de Las Américas
egresados@udla.cl
Teléfonos (02) 2427 5085 – 800 240 100



www.facebook.com/comunidadegresadosudla



www.linkedin.com/groups/Red-Egresados-UDLA-6723581



Rafael De la Reguera, egresado de Teatro y Comunicación Escénica

“De mi formación destaco a mis maestros ... me encantaría que todas las generaciones pasaran por sus enseñanzas”

¿Qué recuerdas de tu paso por UDLA?

Siempre recordaré a mis compañeros y profesores, socios que me acompañaron entrañablemente, sin dejar que desfalleciera en ningún momento; y maestros que el día de hoy puedo llamar amigos.

¿Qué destacas de tu formación?

Siempre voy a destacar a mis maestros, docentes que espero nunca tengan que emprender camino, ya que me encantaría que todas las generaciones pasaran por sus enseñanzas magistrales y precisas. Marco Espinoza, Carlos Morales, Jaime Silva (Q.E.P.D), Soledad Lagos, Rolando Jara, sin ellos mi formación como profesional no sería la que es hoy.

¿Cuáles son tus proyecciones futuras?

Actualmente estoy trabajando en las tres áreas que me gustan de mi profesión, el área audiovisual, en la cual estuve con dos largometrajes y una serie. Dentro del ámbito teatral, tengo mi propia compañía de teatro “Compañía La Sublime”, que está pronta a estrenar un montaje dirigido por mí llamado “Quédate, y el camino de las manos vacías”. Con respecto a la docencia, realizo ayudantías para primer año de Teatro y Comunicación Escénica en UDLA y hago clases en un colegio en La Florida. Mis proyecciones futuras son poder establecerme en esas tres áreas, ser reconocido en lo que amo y dar a conocer lo que mis maestros me inculcaron de este bello arte.



Maximiliano Rocha, egresado de Relaciones Públicas:

“Quiero obtener una madurez laboral para luego emprender con algo propio”

Este joven relacionador público trabaja en Belcorp, una enorme compañía de venta directa de productos de belleza, para el cuidado de la piel, cuerpo y cosméticos, con presencia en 16 países de nuestro continente.

¿Qué cargo ocupas y en qué consiste?

Soy asistente comercial en el Departamento de Incentivos y en el Depto. de Administración Comercial. Mi labor es muy amplia, ya que debo reportar a dos departamentos del área comercial de Belcorp. Veo desde asuntos gráficos, publicidad, comunicación interna y externa, análisis de competencia (datos duros y blandos), la relación con proveedores y compras a nivel nacional. Además de asegurarme de la gestión de premios que otorga la compañía a nivel nacional como viajes, automóviles, tecnología, etc. Esta empresa tiene tres marcas importantes, L'bel, Ésika y Cy°zone.

¿Cómo ha sido el desarrollo de tu trabajo?

Es un constante aprendizaje, nunca hay que dejar de aprender.

¿Cuáles son los logros que has tenido en tu trabajo?

El cumplimiento de metas, la concreción de gestiones y manejo de crisis.

¿Cómo te proyectas a mediano y largo plazo?

En un crecimiento continuo y a las vez logrando mis metas.

¿Qué ámbitos destacarías de tu paso por UDLA?

Tuve excelentes profesores, una buena infraestructura y buen material de estudio (PC, libros, salas).

Comencé a trabajar y estudiar en tercer año de la carrera, fue cuando comencé la práctica y me ofrecieron contrato de trabajo, debido a ello, tuve que cambiar de jornada de diurno a vespertino. Fue una experiencia vital en el desarrollo de mi vida profesional, ya que me permitió conocer la teoría y la realidad, que hoy en día suelen ser algo distinto. Pero gracias a los profesores, que muchos de ellos te guían en eso, logré superar varias barreras.