

EDUCACIÓN TOTAL

PREGRADO

Mirar el futuro

Los constantes cambios en el mercado laboral obligan a las universidades a adaptar su oferta académica, a fin de responder a las necesidades del presente y el futuro.

DATA 004 1



1002 951 401 374 671 6540 266

031 451
501 352

01 03 04 06 08 09
12 14 16 18 19 21 21
744 605 5135 5951
1249 1398 9754 345 9612
8945 9403 1842
4502 2992 1556 4861
2 8796 5221 8546 8964
7486 9632 5547
6359 44 98 31 21 875

01 56
97 2

01 613 456 026 225 6
25 14 10 18 15 14
29 10 18 39 13 11
744 698 9155
1248 1396 9254 3
4562 2992 1556
2 8796 5221 8546
6359 44 98 31 21 875

CARRERAS INNOVADORAS
El auge de las profesiones vinculadas a los cambios tecnológicos y la salud.

6

COMUNICACIONES
Los cambios que genera la digitalización en este campo laboral.

10

RECURSOS HUMANOS
Posibilidades laborales y nuevas tendencias.

Nuevas formas de comunicar

La digitalización tiene un fuerte impacto en la carrera de Comunicación, pues ofrece nuevas herramientas y posibilidades de expresión, creación y difusión.

POR **Fernando Olivera Ch.**

3 modalidades tiene la carrera de Comunicaciones de la USIL: presencial, semipresencial y a distancia. Actualmente cuenta con más de mil alumnos.

La carrera de Comunicación es una disciplina en constante evolución. Los avances digitales han transformado la forma en que nos relacionamos con los demás y con el mundo. En la actualidad, las redes sociales tienen un papel sustancial en nuestras vidas y las plataformas continúan multiplicándose. Estos cambios han llevado a una revisión de las asignaturas y sus contenidos en las aulas universitarias. "Incluso el perfil de egreso ha cambiado. Por ejemplo, en la facultad de Comunicación de la Universidad de Lima concebimos que el mercado laboral requiere comunicadores 'todoterreno'. Esto implica profesionales capaces de investigar temas y problemas de comunicación con un enfoque interdisciplinario, que diseñen y gestionen planes y estrategias para cumplir objetivos sociales y empresariales, que narren historias utilizando múltiples lenguajes, formatos, soportes y plataformas, y que lleven a cabo producciones e intervenciones de forma creativa", explica Juan Carlos García, decano de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima.

En este contexto —agrega—, lo digital no es una temática que deba ser abordada únicamente en un curso. Es transversal a la formación de comunicadores y

constituye una característica intrínseca del comunicador actual. Incluso, se vuelve aún más relevante con la evolución de la inteligencia artificial, una poderosa herramienta que permite automatizar tareas, analizar rápidamente grandes volúmenes de datos, personalizar y generar contenidos, verificar hechos, entre muchas otras acciones.

"Con la súbita explosión de la IA, cambiamos tanto la manera de enseñar como de evaluar. Considero que nos encontramos frente a un punto de quiebre de la educación, en la que será necesario realizar profundas reformas", reflexiona Juan Carlos García.

▶ PANORAMA

El campo de la comunicación como ciencia social se enfoca en el estudio de los medios y las audiencias. A lo largo del tiempo, cada segmento que lo compone

se ha profesionalizado, dando lugar a especialidades o carreras como Periodismo, Publicidad, Comunicación Audiovisual, Diseño Gráfico, Comunicación Corporativa, entre otras, que abarcan diversas formas de interactuar con las audiencias.

"El comunicador está siempre en evolución, ya que debe comprender y entender el contexto en el que trabaja. Por ello, hoy los comunicadores estamos aprendiendo y desarrollando nuestras habilidades y competencias en los entornos digitales y transmediáticos. Hoy se abren nuevos campos de estudio, sobre todo basados en la forma en que las audiencias, públicos y consumidores interactúan con la tecnología, las redes sociales y diversas plataformas", precisa Patricia Sánchez, decana de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Privada del Norte (UPN).



PROYECTOS AUDIOVISUALES

La era digital, sin duda, potencia los proyectos audiovisuales. Sus recursos cada vez más sofisticados garantizan una experiencia mejorada tanto en términos de audio como de video, y el desarrollo de contenidos a través de diversas plataformas crea un universo mediático integral.

"En publicidad podemos tener un clásico 'spot' para televisión abierta, pero bajo esta misma idea se puede extender la historia en YouTube con un corto publicitario de más de un minuto, con mayor información y mucho más efectiva. Del mismo modo, en las diversas plataformas, de 'streaming' o web, podemos ver cómo los universos de contenidos se expanden, según los gustos de cada consumidor", detalla Patricia Sánchez.

AVANCES

La era digital genera nuevas oportunidades profesionales, pero demanda habilidades distintas y una infraestructura especializada. En el caso de la USIL, por ejemplo, la carrera de Comunicaciones cuenta con set de televisión y cabina de radio donde los estudiantes producen contenidos vía 'streaming'. El objetivo es formar a los estudiantes desde una visión 360°, brindándoles conocimientos en periodismo, publicidad, comunicación empresarial,

comunicación audiovisual y comunicación digital, lo que les permite especializarse hasta en dos menciones.

"El estudiante de Comunicaciones de la USIL podrá vivir la experiencia práctica de la carrera desde su primer año de estudio, siendo parte del Medialab (laboratorio de medios de la facultad). Tendrá la posibilidad de participar en USIL TV, canal online, Frecuencia USIL, radio digital y la revista COMUSIL. Allí aprenderá sobre producción de distintos medios, ocupando diversas funciones: reportero, camarógrafo, editor, presentador de noticias, director de cámaras, redactor de textos periodísticos, entre otros", destaca Sue Abad Neyra, jefa de Proyectos de la Facultad de Comunicación de esta institución educativa.

Además, si hace varios años la creación de contenidos audiovisuales estaba limitada a grandes producciones con presupuestos elevados, ahora la accesibilidad a equipos y herramientas de producción permite que más personas puedan desarrollar proyectos a bajo costo. Cámaras de alta calidad, 'software' de edición, dispositivos móviles y otros aplicativos están disponibles a precios más asequibles.

"La tecnología ha democratizado el acceso a la realización audiovisual. Somos conscientes de ello y estamos produciendo a la vanguardia de esta transformación", puntualiza Sue Abad Neyra. ■

COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL



EVOLUCIÓN

Alberto Mejía, director de la carrera de Comunicación Audiovisual y Medios Interactivos de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), señala que anteriormente esta carrera se enfocaba en la producción de contenido audiovisual para medios tradicionales. Ahora abarca también la creación de contenido en línea, animaciones, videojuegos, realidad virtual y aumentada, entre otros, y continuará evolucionando a medida que surjan nuevas tecnologías y formas de consumo.



INFRAESTRUCTURA

"Tecnológicamente, buscamos acompañarlos en nuestros cuatro campus. Al final del 2023 tendremos siete sets de TV, seis salas de posproducción, cinco cabinas de radio, cuatro sets de fotografía y una gran cantidad de LAB MAC y PC", detalla el docente.



NUEVOS TIEMPOS

Agrega que la digitalización ha propiciado la convergencia de diferentes medios de comunicación, como la televisión, el cine, la música y los videojuegos. "Los comunicadores audiovisuales deben adaptarse a este entorno multidisciplinario y aprovechar las oportunidades que ofrecen las nuevas formas de convergencia para crear proyectos innovadores y multidimensionales", puntualiza.

