

Preparados para todo

2

años

es el tiempo mínimo que dura una maestría en Comunicación.

POR Mario Blanco

Nuevos retos se presentan en el campo de la **comunicación: se requieren especialistas** en investigación de audiencias, plataformas digitales, crossmedia y storytelling.

En un ambiente de cambio constante, los comunicadores no pueden quedarse atrás. Claudia Guillén, docente de la Maestría en Dirección de la Comunicación Empresarial (DirCom) de la UPC, explica que se espera que estos profesionales tengan visión estratégica y pensamiento crítico para todo lo que hacen. "Deben tener gran capacidad para plantear conversaciones y diálogos que vayan más allá de lo evidente, con valor, desde la estrategia (el por qué y para qué)", asegura.

Actualmente, el mercado requiere especialistas en investigación de audiencias, plataformas digitales, publicidad digital, métricas y audiencias, negociación y persuasión, *crossmedia* (uso de diferentes medios y soportes para lanzar un mismo mensaje), *storytelling* (conectar con los clientes a través de una historia), entre otros.

PARA ELEGIR

En la UPC, la Maestría en Dirección de la Comunicación Empresarial forma profesionales en competencias y habilidades que van desde la elaboración de estrategias de comunicación alineadas a las políticas de la empresa hasta la gestión y evaluación de los resultados.

Por su parte, la PUCP ofrece la Maestría en Comunicaciones, que cuenta con tres áreas de especialización: comunicación para el cambio social, gestión estratégica de la comunicación pública y gestión de contenidos. "La comunicación implica construir vínculos y aproximar a las personas para solucionar vastos problemas sociales. Eso nos pone mucho más allá de la tradicional transmisión de información y la usual identificación de públicos objetivos", afirma Carla Colona Guadalupe, directora del programa.

► \$/ 38.000

es el costo de inversión aproximado de la Maestría en Dirección de la Comunicación Empresarial (DirCom) de la UPC.

De otro lado, la Universidad de Lima tiene la Maestría en Dirección Estratégica de Contenidos. Su director, Juan Tello, comenta que la razón de ser de este programa es la transformación digital de la industria de contenidos, la que "ha motivado la necesidad de saber crear y contar historias en múltiples plataformas y de adaptarlas a diversos perfiles de públicos y usuarios, en concordancia con modelos interactivos de producción y consumo de medios", puntualiza. ●



A TRAVÉS DE LA GENERACIÓN DE CONTENIDO, LOS COMUNICADORES DEBEN SER CAPACES DE GENERAR TRANSFORMACIONES A NIVEL SOCIAL Y EMPRESARIAL.