



UNIVERSIDAD TECNICA  
FEDERICO SANTA MARIA

# Proyecto

## Carrera de

# Periodismo

**18 Mayo 2004**



# Indice

Indice.....	2
Índice de Gráficos .....	6
Índice de Tablas .....	9
Introducción General .....	11
<b>CAPÍTULO I ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>12</b>
Introducción.....	12
Análisis de la Demanda.....	13
Distribución a Nivel Nacional.....	13
Quinta Región .....	14
Universidades Tradicionales .....	18
Universidades no Tradicionales .....	20
Región Metropolitana .....	23
Universidades Tradicionales .....	29
Universidades no Tradicionales .....	31
Análisis de Puntajes de Selección.....	34
Análisis de Entorno .....	36
Conclusiones.....	40
<b>CAPÍTULO II ANÁLISIS ACADÉMICO.....</b>	<b>42</b>
Introducción.....	42
Oferta Académica Otras Universidades .....	44
Cuerpo de Estudio.....	45
Áreas Temáticas Carrera de Periodismo .....	46
Descripción Áreas Temáticas.....	47
Gráficos Áreas Temáticas universidades .....	48
Programa Académico UTFSM.....	54



Objetivos de la Carrera .....	54
Perfil del Profesional .....	54
Tipo de Alumno .....	55
Grado Académico.....	55
Título Profesional .....	56
Campo Laboral.....	56
Requisitos de Admisión .....	57
Horario Carrera de Periodismo.....	58
Práctica Profesional .....	58
Proceso de Titulación.....	59
Propuesta Malla Curricular Carrera de Periodismo UTFSM.....	60
Acreditación .....	62
Malla curricular Periodismo UTFSM.....	63
Descripción Asignaturas Periodismo UTFSM .....	67
Análisis Otras Universidades.....	85
Porcentaje horas de clases lectivas por Área Temática UTFSM v/s total porcentaje universidades (tradicionales y no tradicionales) .....	86
Porcentaje número de asignaturas designado a cada Área Temática: UTFSM v/s universidades (tradicionales y no tradicionales) .....	87
Conclusiones.....	89
CAPITULO III ESTUDIO LOGÍSTICO .....	90
Introducción.....	90
Consideraciones Previas.....	91
Cantidad de Alumnos .....	91
Profesores .....	91
Secretaria .....	92
Asistente de Talleres.....	93



Ayudantes .....	93
Infraestructura .....	95
Salas de Clases .....	95
Taller .....	97
Oficinas .....	101
Material de Apoyo .....	102
Renovación, Mantenimiento y Operación.....	103
CAPÍTULO IV ESTUDIO ECONÓMICO.....	104
Estimación de Ingresos .....	104
Estimación de Egresos.....	107
Profesores Full Time. ....	107
Otras Asignaturas .....	108
Costo General por Alumno.....	109
Costos de Operación.....	110
Inversiones .....	111
Talleres y Equipamiento.....	111
Marketing.....	113
Material Bibliográfico .....	113
Flujo de Caja del Proyecto .....	115
Sensibilización del proyecto .....	116
Respecto al Arancel Anual .....	116
Respecto al N° de Alumnos Matriculados en Primer Año .....	118
Escenarios .....	119
Conclusiones.....	121
CAPÍTULO V RESUMEN DE CONCLUSIONES.....	122
Bibliografía .....	126
ANEXOS .....	127
Anexo I Porcentaje número de asignaturas designado a cada Área Temática por universidad.....	128



Anexo II Asignaturas por Áreas Temáticas Periodismo UTFSM .....	132
Anexo III Asignaturas por cada Universidad.....	134
Anexo IV Acreditación .....	151
EQUIPO DE TRABAJO .....	168



## Índice de Gráficos

Gráfico N°1: Distribución de estudiantes de periodismo por regiones.....	13
Gráfico N°2: Número de Universidades que imparten la carrera de periodismo en la V región de 1996 a 2003.....	15
Gráfico N°3: Vacantes totales y Matrícula 1er año totales para la V Región de Valparaíso en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Total de Universidades .....	16
Gráfico N°4: Matrícula 1er año total y línea de tendencia para la V Región de Valparaíso en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Total de Universidades .....	17
Gráfico N°5: Matrícula Total de periodismo y línea de tendencia para la V Región de Valparaíso en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Total de Universidades .....	17
Gráfico N°6: Vacantes totales y Matrícula 1er año totales para la V Región de Valparaíso en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Universidades Tradicionales .....	18
Gráfico N°7: Matrícula 1er año y línea de tendencia para la V Región de Valparaíso en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Universidades Tradicionales .....	19
Gráfico N°8: Matrícula Total de periodismo y línea de tendencia para la V Región de Valparaíso en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Total de Universidades .....	20
Gráfico N°9: Vacantes totales y Matrícula 1er año totales para la V Región de Valparaíso en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Universidades no tradicionales .....	21
Gráfico N°10: Matrícula 1er año totales y línea de tendencia para la V Región de Valparaíso en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Universidades no tradicionales .....	22
Gráfico N°11: Matrícula Total de periodismo y línea de tendencia para la V Región de Valparaíso en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Universidades no tradicionales .....	23
Gráfico N°12: Número de Universidades que imparten la carrera de periodismo en la Región Metropolitana.....	25
Gráfico N°13: Vacantes totales y Matrícula 1er año totales para la Región Metropolitana en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Total de Universidades .....	26
Gráfico N°14: Matrícula 1er año total y línea de tendencia para la Región Metropolitana en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Total de Universidades .....	27



Gráfico N°15: Matrícula Total de periodismo y línea de tendencia para la Región Metropolitana en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Total de Universidades .....	28
Gráfico N°16: Vacantes totales y Matrícula 1er año totales para la Región Metropolitana en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Universidades Tradicionales .....	29
Gráfico N°17: Matrícula 1er año total y línea de tendencia para la Región Metropolitana en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Universidades Tradicionales .....	30
Gráfico N°18: Matrícula Total de periodismo y línea de tendencia para la Región Metropolitana en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Universidades Tradicionales .....	31
Gráfico N°19: Vacantes totales y Matrícula 1er año totales para la Región Metropolitana en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Universidades no tradicionales .....	32
Gráfico N°20: Matrícula 1er año totales y línea de tendencia para la Región Metropolitana en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Universidades no tradicionales .....	33
Gráfico N°21: Matrícula Total de periodismo y línea de tendencia para la Región Metropolitana en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Universidades no tradicionales .....	33
Gráfico N°22: Distribución puntajes de selección PAA 2003 para Periodismo .....	34
Gráfico N°23: Distribución puntajes selección PSU 2004 para Periodismo .....	35
Gráfico N°24: Total nacional de alumnos de periodismo años 1991 y 2001 .....	38
Gráfico N°25.- Total Porcentaje Asignaturas por Área Temática Periodismo U. Tradicionales. ....	49
Gráfico N°26.- Total porcentaje Asignaturas por Área Temática Periodismo U. No Tradicionales.....	49
Gráfico N° 27.- Total Porcentaje Asignaturas por Áreas Temáticas a Nivel Nacional .....	50
Carrera de Periodismo (universidades tradicionales y no tradicionales).....	50
Gráfico N° 28.- Porcentaje promedio horas de clases lectivas Periodismo U. Tradicionales .....	52
Gráfico N° 29.- Porcentaje promedio horas de clases lectivas Periodismo U. No Tradicionales.....	52
Gráfico N°30.- Porcentaje Promedio Horas clases lectivas Periodismo Universidades Tradicionales y No Tradicionales.....	53



Gráfico N°30.- Porcentaje Horas clases lectivas carrera de Periodismo UTFSM v/s Universidades (tradicionales y no tradicionales) por Área Temática .....	86
Gráfico N°31.- Porcentaje N° Asignaturas por Área Temática Carrera de Periodismo Universidades (tradicionales y no tradicionales) .....	87
Gráfico N° 32: Sensibilización del VAN con respecto al arancel anual de la carrera de periodismo.....	117
Gráfico N° 33: Sensibilización del VAN con respecto al ingreso de alumnos en primer año .....	119
Gráfico N°34.- Porcentaje Asignaturas por Área Temática Periodismo U. de Chile .....	128
Gráfico N° 35.- Porcentaje Asignaturas por Área Temática Periodismo U. Católica de Chile.....	128
Gráfico N°36.- Porcentaje Asignaturas por Área Temática Periodismo U. Santiago de Chile .....	129
Gráfico N°37.- Porcentaje Asignaturas por Área Temática Periodismo U. Católica de Valpo. ....	129
Gráfico N°38.- Porcentaje Asignaturas por Área Temática Periodismo U. de Playa Ancha .....	129
Gráfico N°39.- Porcentaje Asignaturas por Área Temática Periodismo U. Andrés Bello .....	130
Gráfico N° 40.- Porcentaje Asignaturas por Área Temática Periodismo U. Gabriela Mistral.....	130
Gráfico N°41.- Porcentaje Asignaturas por Área Temática Periodismo U. Santo Tomás .....	130
Gráfico N° 42.- Porcentaje Asignaturas por Área Temática Periodismo U. de Viña del Mar.....	130
Gráfico N°43.- Porcentaje Asignaturas por Área Temática Periodismo U. Adolfo Ibáñez.....	131
Gráfico N° 44.- Porcentaje Asignaturas por Área Temática Periodismo U. de Los Andes.....	131
Gráfico N°45.- Porcentaje Asignaturas por Área Temática Periodismo UNIACC .....	131
Gráfico N° 46.- Porcentaje Asignaturas por Área Temática Periodismo U. del Desarrollo.....	131



## ***Índice de Tablas***

Tabla N° 1: Universidades que imparten la carrera de periodismo en la V Región.....	14
Tabla N° 2: Universidades que imparten la carrera de periodismo en la V Región.....	24
Tabla N° 3: Año de inauguración de la carrera de periodismo en las universidades chilenas.....	37
Tabla N° 4.- Orden de Prioridad Áreas Temáticas .....	51
Tabla N° 5: Ponderación PSU carrera de Periodismo UTFSM.....	58
Tabla N° 6: Detalle del número de profesores requeridos por la carrera de periodismo por año .....	92
Tabla N° 7: Resumen de ayudantes requeridos por la carrera de periodismo por año .....	94
Tabla N° 8: Bloques sala requeridos por semestre por la carrera de periodismo para el horizonte de evaluación.....	96
Tabla N° 9: Ramos que requieren talleres dentro de la carrera de periodismo.....	98
Tabla N° 10: Detalle de oficinas requeridas .....	101
Tabla N° 11: Material bibliográfico nuevo requerido por la carrera de periodismo por año .....	102
Tabla N° 12: Porcentaje de abandono en la carrera de periodismo .....	104
Tabla N° 13: Porcentaje de titulación en la carrera de periodismo.....	105
Tabla N° 14: Número de alumnos en la carrera de periodismo por año.....	105
Tabla N° 15: Ingresos totales para la carrera de periodismo por año.....	106
Tabla N° 16: Costo de profesores Full Time para la carrera de periodismo por año .....	107
Tabla N° 17: Costo total de otras asignaturas para la carrera de periodismo por año .....	108
Tabla N° 18: Costo general por alumno para la carrera de periodismo por año. ....	109
Tabla N° 19: Gasto operacionales para la carrera de periodismo por año.....	110
Tabla N° 20: Costo de taller de radio para la carrera de periodismo.....	112
Tabla N° 21: Costo de taller de televisión para la carrera de periodismo.....	112
Tabla N° 22: Costo de taller de fotografía para la carrera de periodismo.....	112



Tabla N°. 23: Costo de sala de computación para la carrera de periodismo.....	112
Tabla N°. 24: Inversión en marketing para la carrera de periodismo.....	113
Tabla N°. 25: Inversión en material bibliográfico para la carrera de periodismo por año. ....	114
Tabla N°. 26: Flujo de caja para el proyecto de implementación de la carrera de periodismo en los campus de Valparaíso y Santiago. ....	115
Tabla N°. 27: Sensibilización del VAN con respecto al arancel anual de la carrera de periodismo.....	116
Tabla N°. 28: Sensibilización del VAN con respecto al ingreso de alumnos en primer año .....	118
Tabla N°. 29: Escenarios para la implementación de la carrera de periodismo en los campus de la USM.....	120
Tabla N° 30: Asignaturas distribuidas por Área Temática Periodismo UTFSM.....	132
Tabla N° 31: Asignaturas distribuidas por Área Temática Periodismo UTFSM.....	133
Tabla N° 32: Detalle Asignaturas Pontificia Universidad Católica de Chile.....	135
Tabla N° 33: Detalle Asignaturas Universidad de Chile.....	136
Tabla N° 34: Detalle Asignaturas Universidad de Santiago de Chile .....	137
Tabla N° 35: Detalle Asignaturas Pontificia Universidad Católica de Valparaíso .....	138
Tabla N° 36: Detalle Asignaturas Universidad de Playa Ancha.....	139
Tabla N° 37: Detalle Asignaturas Universidad Andrés Bello .....	140
Tabla N° 38: Detalle Asignaturas Universidad Gabriela Mistral.....	141
Tabla N° 39: Detalle Asignaturas Universidad Santo Tomás .....	142
Tabla N° 40: Continuación detalle Asignaturas Universidad Santo Tomás .....	143
Tabla N° 41: Detalle Asignaturas Universidad de Viña del Mar.....	144
Tabla N° 42: Detalle Asignaturas Universidad Adolfo Ibáñez.....	145
Tabla N° 43: Detalle Asignaturas Universidad de Los Andes.....	146
Tabla N° 44: Continuación Detalle Asignaturas Universidad de Los Andes.....	147
Tabla N° 45: Detalle Asignaturas UNIACC.....	148
Tabla N° 46: Continuación Detalle Asignaturas UNIACC.....	149
Tabla N° 47: Detalle Asignaturas Universidad del Desarrollo.....	150



## Introducción General

En este documento se evalúa académica y económicamente la factibilidad para desarrollar la carrera de Periodismo en la Universidad Técnica Federico Santa María.

Para tal efecto, se realizó –en primer lugar- un *estudio de mercado*, donde se determinó la factibilidad económica del referido proyecto. Esta primera parte se elaboró en base a información del Consejo Superior de Educación y del Ministerio de Educación, además de diversas consultas a otras universidades.

Se presenta un *Análisis Académico*, que estudia la carrera de Periodismo en distintas universidades de la V Región y la Región Metropolitana. Sobre la base de dichos antecedentes, se realizó una propuesta concreta para impartir dicha carrera en la UTFSM.

Se acompaña un *Estudio Logístico* con materiales y requerimientos de infraestructura necesarios para tal efecto.

Finalmente, se realiza una *Evaluación Económica*, que permite visualizar impacto económico para la USM de ofrecer esta carrera.



# CAPÍTULO I

## ESTUDIO DE MERCADO

### Introducción

Se trabajó sobre la base de información del Consejo Superior de Educación y el Ministerio de Educación, consultas a universidades y consultas en sitios web de algunas de ellas.

Se da un panorama general acerca de la carrera de Periodismo en nuestro país, y en particular para la V Región y Región Metropolitana, acentuando en aquellos aspectos que son efectivamente generalizables.

La información analizada se refiere al número de facultades, escuelas, programas, su distribución geográfica, cantidad y características del alumnado y los cuerpos docentes.

De esta manera, se analiza, en primer lugar, la demanda de la carrera de periodismo a nivel nacional y, en especial, para la V Región de Valparaíso y la Región Metropolitana. Para esto se utilizaron los datos históricos e indicativos estadísticos recopilados.

Luego, se realiza una proyección de esta demanda por medio de regresiones econométricas para el período comprendido entre el 2004 y 2014. Sobre la base de esta información, se concluirá si existe demanda que permita dictar con éxito la carrera de Periodismo en la Universidad Técnica Federico Santa María.

Finalmente, se presenta un análisis de entorno. Esto permitirá conocer el comportamiento de los distintos elementos del mercado de las carreras universitarias en general y de la carrera de periodismo en particular.



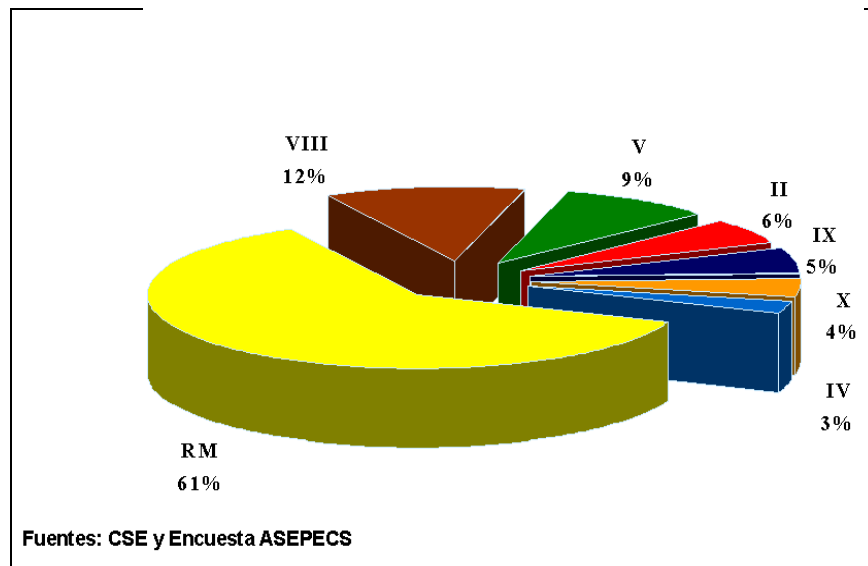
## Análisis de la Demanda

### *Distribución a nivel nacional*

Para poder tener una percepción de la situación a nivel nacional de la carrera de Periodismo, se realizó en primer lugar un análisis agregado de la Quinta Región y Región Metropolitana.

En lo referente a la demanda total, un análisis de ambas zonas (que concentran el un porcentaje del 70% de los estudiantes de periodismo de todo el país) permite extrapolar ciertas conclusiones para un nivel nacional.

Gráfico N°1: Distribución de estudiantes de periodismo por regiones





## Quinta región

Actualmente, la Quinta Región cuenta con las siguientes universidades que imparten Periodismo, tanto tradicionales como no tradicionales.

El análisis de demanda se realizará sobre la base de información correspondiente a estas universidades en los años 1996 a 2003. En la tabla N°1 se presenta con una X el año en que se dicta la carrera en cada universidad. En el gráfico N°5 se muestra la cantidad de universidades existentes año a año diferenciando entre universidades tradicionales y no tradicionales.

**Tabla N° 1: Universidades que imparten la carrera de periodismo en la V Región**

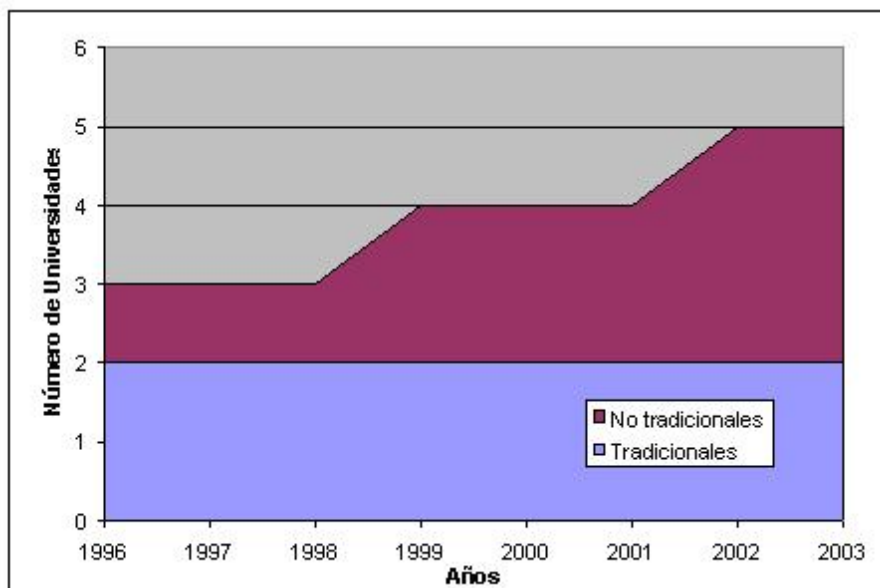
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
U. ADOLFO IBAÑEZ					X	X	X	X
U. CATOLICA DE VALPARAISO	X	X	X	X	X	X	X	X
U. DE ACONCAGUA				X	X	X	X	X
U. DE PLAYA ANCHA DE CIENCIAS DE LA EDUCACION	X	X	X	X	X	X	X	X
U. DE VIÑA DEL MAR	X	X	X	X	X	X	X	X
U. DEL MAR							X	X
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
<b>Tradicionales</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>No tradicionales</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>

Fuente: Elaboración propia

Se observa que tres universidades, dos tradicionales (Pontificia U. Católica de Valparaíso y U. de Playa Ancha) y una no tradicional (U. Viña del Mar), imparten la carrera desde antes de 1996. A partir de 1999, se observa un continuo surgimiento de nuevas universidades que dictan la carrera, hasta llegar a 6 casas de estudios superiores que dictan Periodismo en el año 2003. Esta situación es una buena señal, ya que refleja que existe una brecha de demanda insatisfecha por la carrera dentro de la V Región, lo que permite que nuevas universidades se interesen en abrir la carrera y logren mantenerse en el tiempo.



Gráfico N°2: Número de Universidades que imparten la carrera de periodismo en la V región de 1996 a 2003

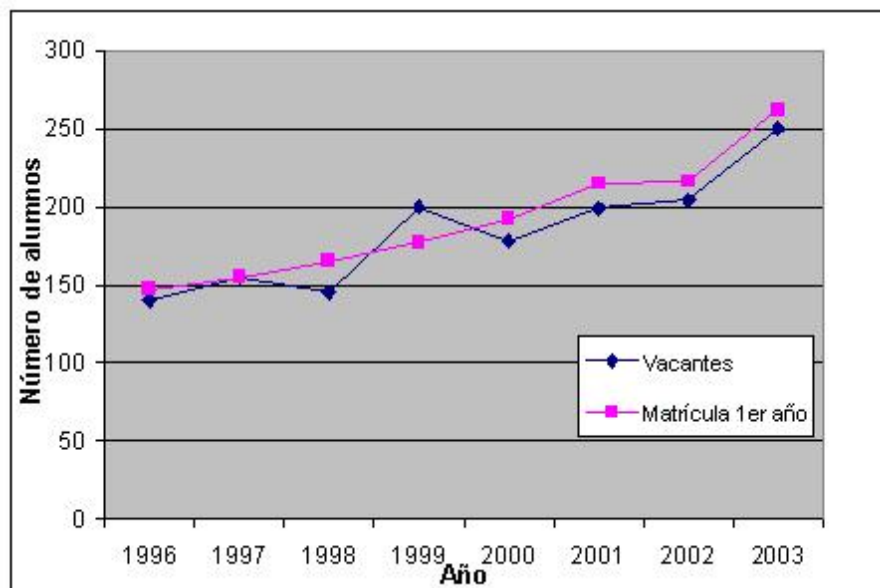


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consejo de Rectores

En vista de lo anterior, la Quinta Región de Valparaíso presenta la siguiente información general respecto a la demanda por la carrera para la totalidad de las universidades presentadas:



Gráfico N°3: Vacantes totales y Matrícula 1er año totales para la V Región de Valparaíso en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Total de Universidades



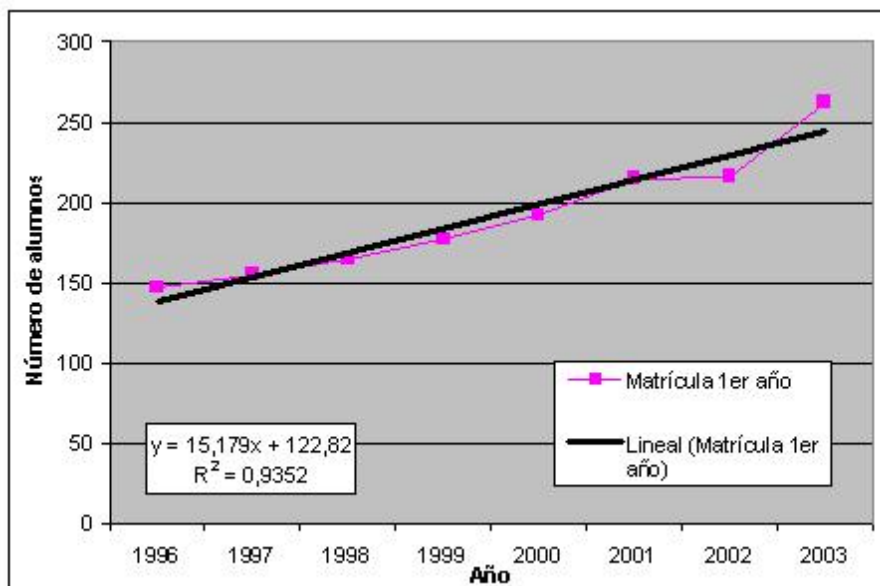
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consejo de Rectores

En el gráfico anterior (gráfico N°3), se observa un creciente aumento de las vacantes ofrecidas y de los matriculados en primer año dentro de la V Región. Esta situación responde -en parte- a un aumento sistemático de los cupos ofrecidos por cada universidad, como a la apertura de la carrera dentro nuevas universidades.

Para estimar la demanda se realizó una proyección de las matrículas de primer año. Esto se observa en el gráfico N°4. En él se puede apreciar una tendencia a un aumento sistemático en las matrículas de primer año. Las razones observables son las dadas anteriormente: un aumento sistemático de los cupos ofrecidos por cada universidad y la apertura de la carrera dentro nuevas universidades.



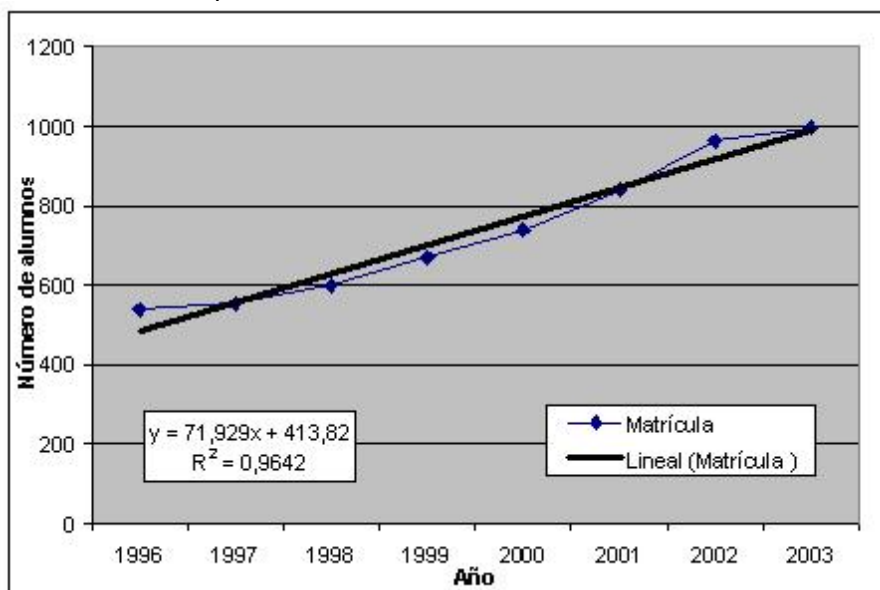
Gráfico N°4: Matrícula 1er año total y línea de tendencia para la V Región de Valparaíso en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Total de Universidades



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consejo de Rectores

Otra situación interesante de analizar, es el comportamiento de la matrícula total de la carrera a lo largo de los años (gráfico N°5). Se observa un constante aumento de las matrículas totales, principalmente debido al consiguiente aumento año a año de los matriculados en primer año.

Gráfico N°5: Matrícula Total de periodismo y línea de tendencia para la V Región de Valparaíso en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Total de Universidades



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consejo de Rectores



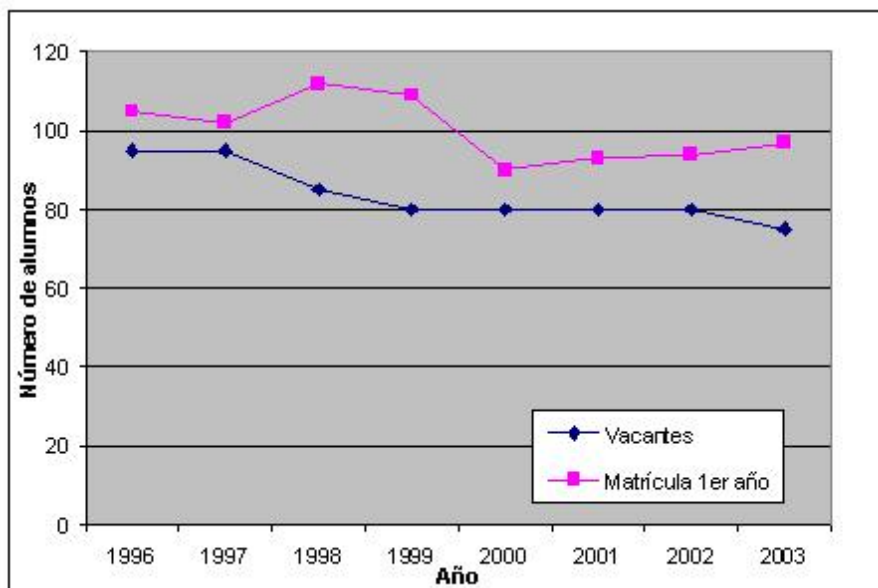
Esta información, correspondiente a la V Región, puede ser separada en universidades tradicionales y no tradicionales. Así, se obtiene la siguiente información y gráficos para cada clase de universidad.

### *Universidades tradicionales*

Para las universidades tradicionales, como la Pontificia U. Católica de Valparaíso y la U. de Playa Ancha, se tienen los siguiente resultados.

En el gráfico N°6 se observa el comportamiento de las vacantes totales ofrecidas y de las matrículas de primer año. Se puede apreciar que la matrícula sobrepasa durante todo el período a las vacantes ofrecidas, lo que puede corresponder a una estrategia de las universidades tradicionales para aparecer, año tras año, como sobrecopadas en su oferta.

Gráfico N°6: Vacantes totales y Matrícula 1er año totales para la V Región de Valparaíso en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Universidades Tradicionales

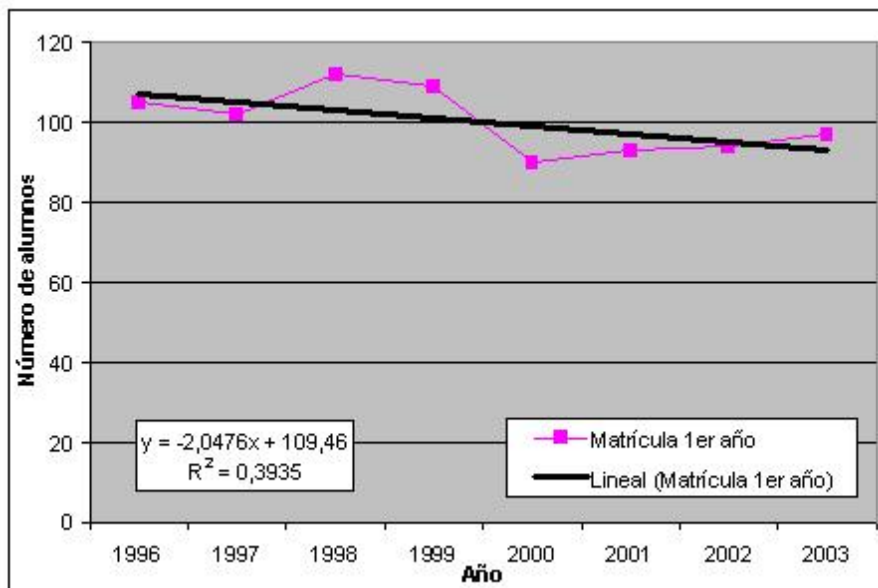


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consejo de Rectores



Para realizar la proyección de la demanda dentro de las universidades tradicionales, se realizó nuevamente la proyección de las matrículas de primer año. Esto se puede observar en el gráfico N°7.

Gráfico N°7: Matrícula 1er año y línea de tendencia para la V Región de Valparaíso en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Universidades Tradicionales



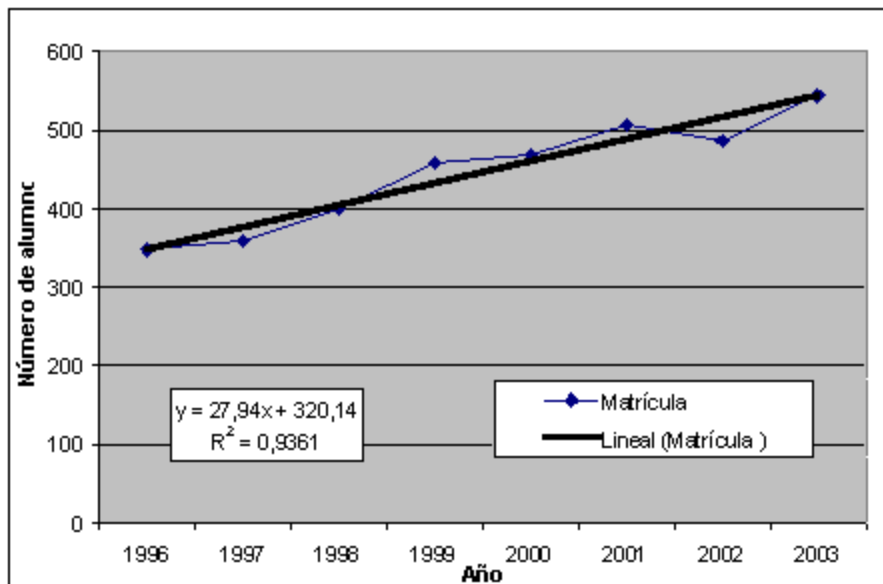
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consejo de Rectores

Se puede observar que los datos desde 2000 a 2003 presentan un aumento sistemático de la demanda dentro de las universidades tradicionales. Esto no es algo menor, ya que es a partir de 1999 que la carrera comienza a ser dictada en otras universidades no tradicionales, lo que logra llevar a la baja la demanda en las tradicionales.

En el gráfico N°8 se puede observar la matrícula total de las universidades tradicionales en la V Región. Se aprecia una tendencia al alza a lo largo de los años, explicada principalmente por el aumento de las matrículas de primer año.



Gráfico N°8: Matrícula Total de periodismo y línea de tendencia para la V Región de Valparaíso en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Total de Universidades



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consejo de Rectores

### *Universidades no tradicionales*

Para las universidades no tradicionales existentes en la Quinta Región, como la U. Viña del Mar, U. Adolfo Ibáñez, la U. del Mar y la U. de Aconcagua, se tienen los siguiente resultados.

Cabe mencionar que la única universidad que mantiene en funcionamiento la carrera de periodismo durante todo el período analizado es la U. Viña del Mar. El resto de las universidades comenzaron a impartir la carrera después del año 1996.

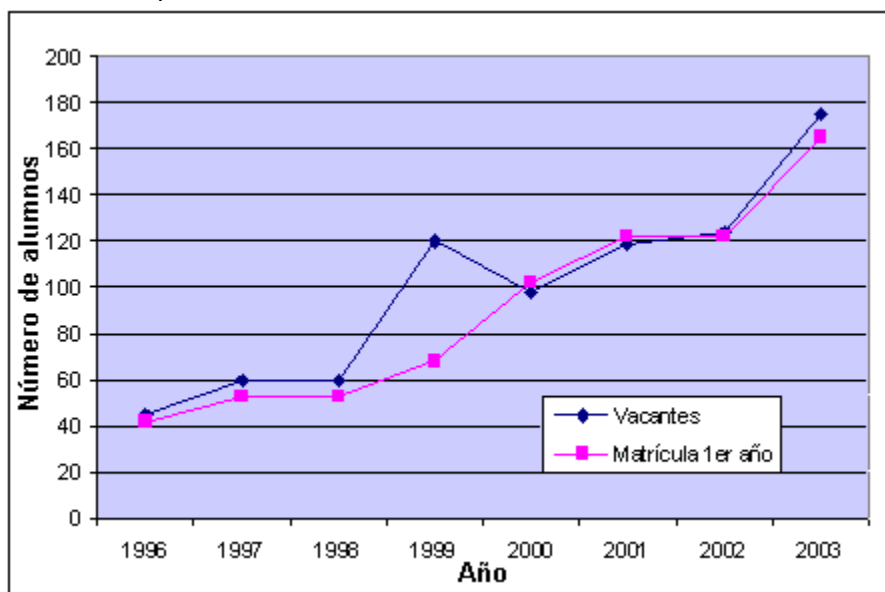
En el gráfico N°9 se observa el comportamiento de las vacantes totales ofrecidas y de las matrículas de primer año. Se puede apreciar un aumento sistemático en el aumento de las vacantes y matrículas en tal periodo a lo largo de los años. Esto se debe principalmente a la aparición de nuevas universidades no tradicionales que imparten la carrera (en el año 1996 sólo se dictaba en la U. Viña del Mar).



Al contrario de lo que ocurre para las universidades tradicionales, aquí las vacantes no se copan en todos los años analizados. El caso más dramático ocurre en el año 1999 donde la U. de Aconcagua ocupó sólo 13 de las 60 vacantes ofrecidas.

La universidad con mayor antigüedad en la carrera, U. Viña del Mar, mantiene a lo largo de los años una tasa de ocupación de vacantes casi constante, alrededor del 100%.

Gráfico N°9: Vacantes totales y Matrícula 1er año totales para la V Región de Valparaíso en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Universidades no tradicionales

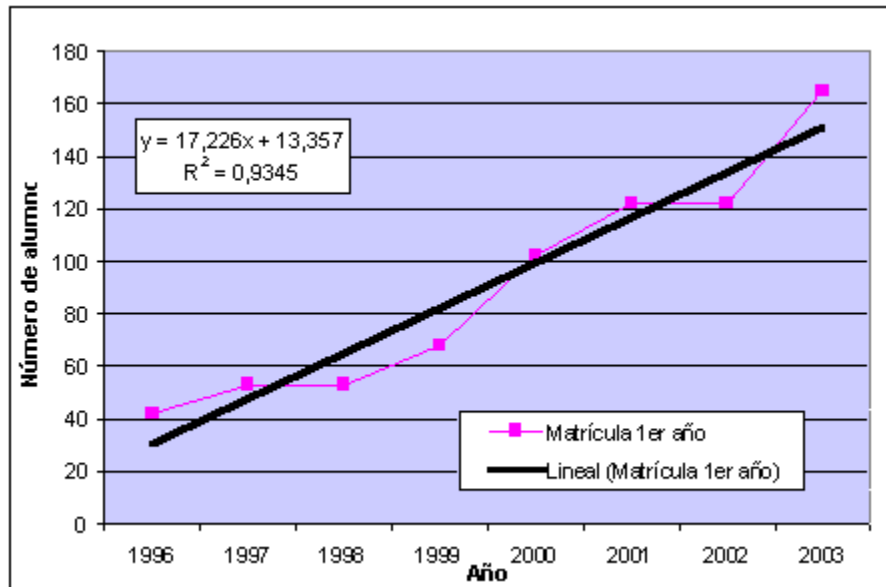


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consejo de Rectores

Para realizar la proyección de la demanda dentro de las universidades no tradicionales, se realizó nuevamente la proyección de las matrículas de primer año. Esto se puede observar en el gráfico N°10.



Gráfico N°10: Matrícula 1er año totales y línea de tendencia para la V Región de Valparaíso en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Universidades no tradicionales

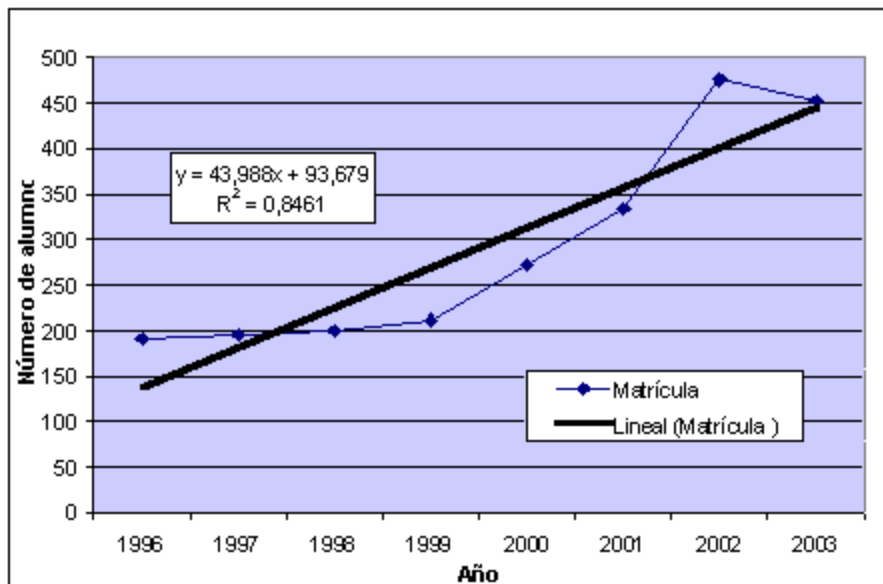


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consejo de Rectores

En el gráfico N°11 se puede observar la matrícula total de las universidades no tradicionales en la V Región. Se aprecia una tendencia al alza a lo largo de los años, explicada principalmente por el aumento de las matrículas de primer año y por las universidades que comenzaron a dictar la carrera dentro de los años analizados.



Gráfico N°11: Matrícula Total de periodismo y línea de tendencia para la V Región de Valparaíso en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Universidades no tradicionales



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consejo de Rectores

## ***Región Metropolitana***

En la tabla N°2 se aprecian las universidades que imparten la carrera de Periodismo en la Región Metropolitana, tanto tradicionales como no tradicionales. El análisis de demanda se realizará sobre la base de información correspondiente a estas universidades dentro de los años 1996 a 2003. En la tabla adjunta se presenta con una X el año en que se dicta la carrera en cada universidad.



Tabla N° 2: Universidades que imparten la carrera de periodismo en la V Región

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
PONTIFICIA U. CATOLICA DE CHILE	X	X	X	X	X	X	X	X
U. ACADEMIA DE HUMANISMO CRISTIANO	X	X	X	X	X	X	X	X
U. ADOLFO IBÁÑEZ							X	X
U. ALBERTO HURTADO					X	X	X	X
U. BERNARDO O'HIGGINS	X	X	X	X	X	X	X	X
U. BOLIVARIANA	X	X	X	X	X	X	X	X
U. DE ARTE Y CIENCIAS SOCIALES ARCIS	X	X	X	X	X	X	X	X
U. DE ARTES CIENCIAS Y COMUNICACION UNIACC	X	X	X	X	X	X	X	X
U. DE CHILE	X	X	X	X	X	X	X	X
U. DE LAS AMERICAS						X	X	X
U. DE LOS ANDES	X	X	X	X	X	X	X	X
U. DE SANTIAGO DE CHILE	X	X	X	X	X	X	X	X
U. DEL DESARROLLO				X	X	X	X	X
U. DEL PACIFICO	X	X	X	X	X	X	X	X
U. DIEGO PORTALES	X	X	X	X	X	X	X	X
U. FINIS TERRAE				X	X	X	X	X
U. GABRIELA MISTRAL	X	X	X	X	X	X	X	X
U. INTERNACIONAL SEK	X	X	X	X	X	X	X	X
U. LA REPUBLICA	X	X	X	X	X	X	X	X
U. LAS CONDES	X	X	X					
U. MIGUEL DE CERVANTES			X	X	X	X	X	X
U. NACIONAL ANDRES BELLO	X	X	X	X	X	X	X	X
U. SANTO TOMAS	X	X	X	X	X	X	X	X
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>22</b>
<b>Tradicionales</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>No tradicionales</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>19</b>

Fuente: Elaboración propia

Se observa que tres universidades tradicionales imparten Periodismo: Pontificia U. Católica de Chile, U. De Chile y U. de Santiago de Chile.

Existen, además, una serie de universidades no tradicionales, muchas de las cuales surgen durante los años considerados en el análisis. Esta situación provoca un continuo aumento en el número de universidades que dictan la carrera de periodismo, desde el año 1997 al 2002. Esta es una buena señal que refleja que existe una brecha de demanda insatisfecha por la carrera de Periodismo dentro de la Región Metropolitana, lo cual permite que nuevas universidades se

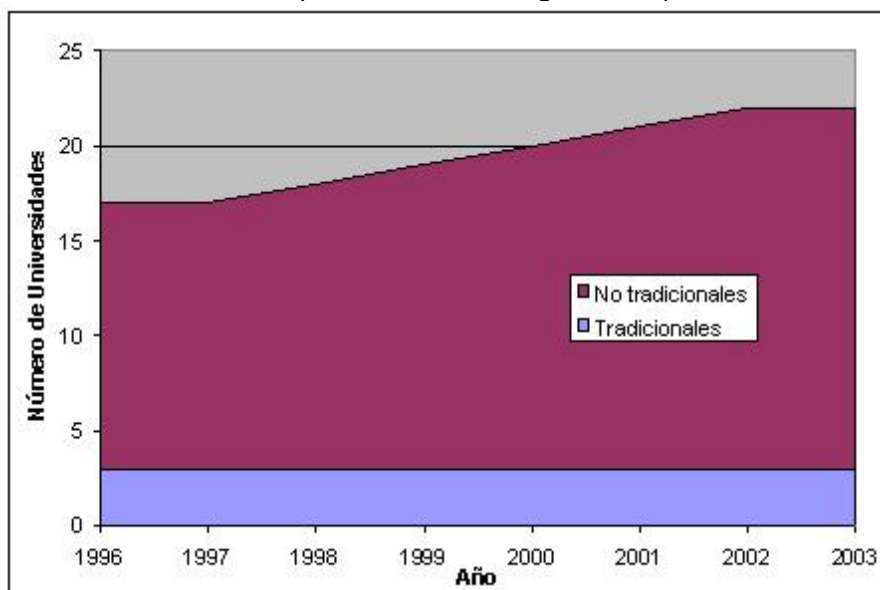


interesen en abrir la carrera y logren mantenerse en el tiempo. Sólo se observa una universidad que dejó de dictar la carrera dentro del período analizado, esta corresponde a la U. de Las Condes en el año 1998.

En el gráfico N°12 se muestra la cantidad de universidades existentes año a año diferenciando entre universidades tradicionales y no tradicionales.

Cabe destacar que, al igual que en la V Región, las universidades tradicionales mantienen su número a lo largo de todo el período de análisis.

Gráfico N°12: Número de Universidades que imparten la carrera de periodismo en la Región Metropolitana



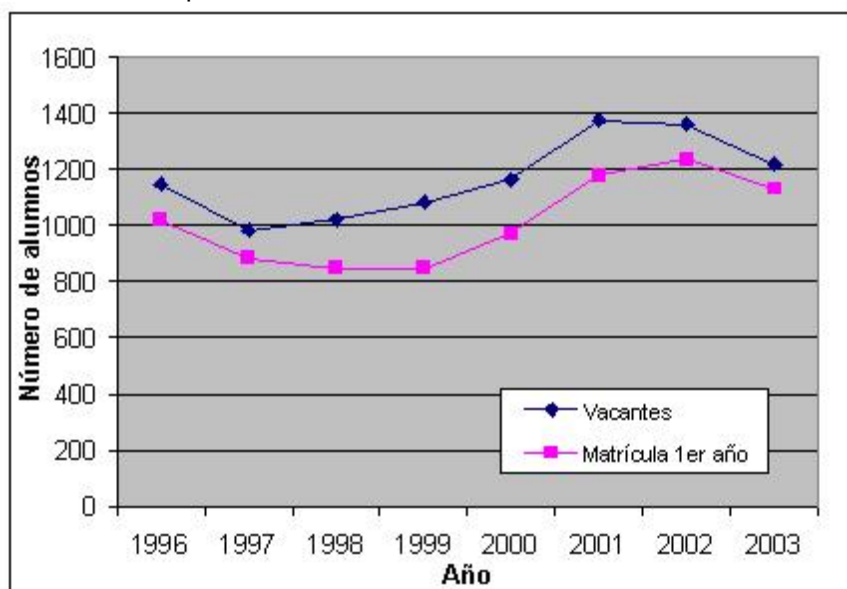
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consejo de Rectores

El análisis de demanda se realizará sobre la base de información correspondiente a las universidades presentadas en la tabla N°5.

Para la Región Metropolitana, se cuenta con la siguiente información histórica (correspondiente al período 1996-2003) para las vacantes ofrecidas y los matriculados en primer año, presentada en el gráfico N°13.



Gráfico N°13: Vacantes totales y Matrícula 1er año totales para la Región Metropolitana en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Total de Universidades



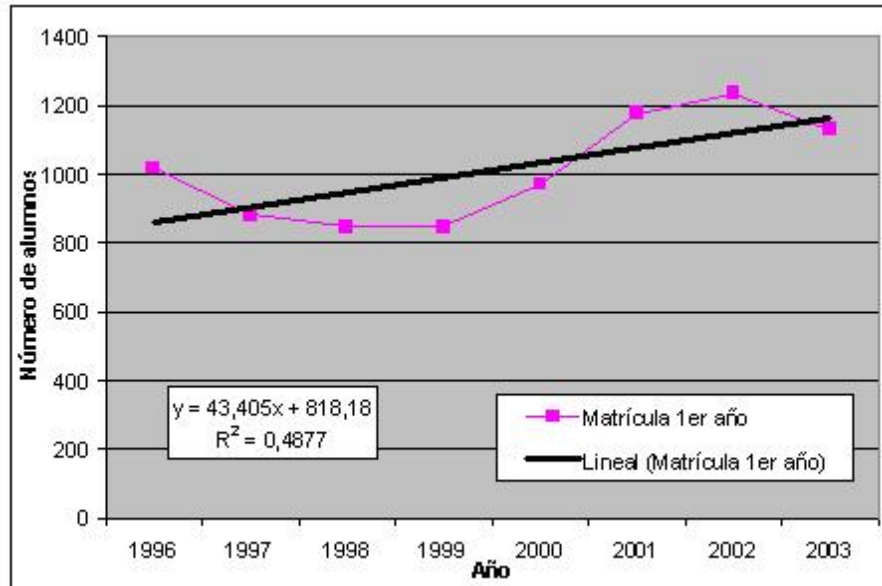
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consejo de Rectores

En el gráfico N°13 se observa un comportamiento cíclico de las vacantes ofrecidas y de los matriculados en primer año dentro de la Región Metropolitana. Se observa que las vacantes ofrecidas son mayores que las matrículas de primer año durante todo el período analizado. Esta situación se debe analizar con mayor profundidad para determinar si ocurre lo mismo tanto para las universidades tradicionales como para las universidades no tradicionales.

Para estimar la demanda se realizó una proyección de las matrículas de primer año (gráfico N°14). En este gráfico se puede apreciar la tendencia cíclica de las matrículas de primer año. Sin embargo esta tendencia cíclica presenta además una tendencia a la alza. Esto se ve reflejado en la línea de tendencia proyectada, donde se observa una marcada tendencia al alza.



Gráfico N°14: Matrícula 1er año total y línea de tendencia para la Región Metropolitana en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Total de Universidades



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consejo de Rectores

Paralelamente, se puede realizar un estudio y proyección de la matrícula total existente en la Región Metropolitana para la carrera de Periodismo.

A continuación, se presenta un gráfico con dicho análisis y la línea de tendencia esperada. Se observa una tendencia al alza en la proyección de la matrícula total que corresponde con la aparición durante el período analizado de nuevas universidades dictando la carrera, y de un aumento de los matriculados en primer año en la mayor parte de las universidades.

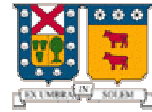
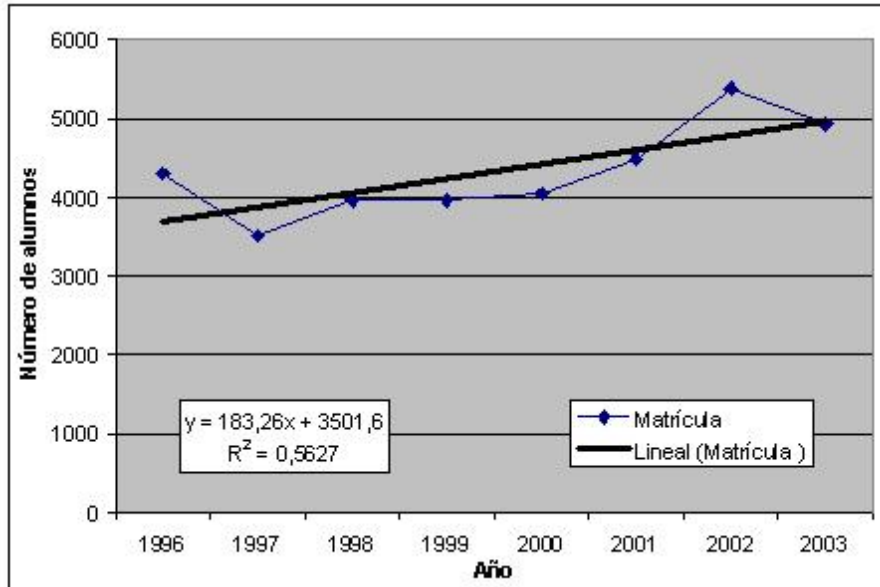


Gráfico N°15: Matrícula Total de periodismo y línea de tendencia para la Región Metropolitana en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Total de Universidades



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consejo de Rectores

Toda esta información puede ser separada en universidades tradicionales y no tradicionales. Esto permitirá analizar con mayor profundidad el comportamiento dentro de cada clase de universidad.

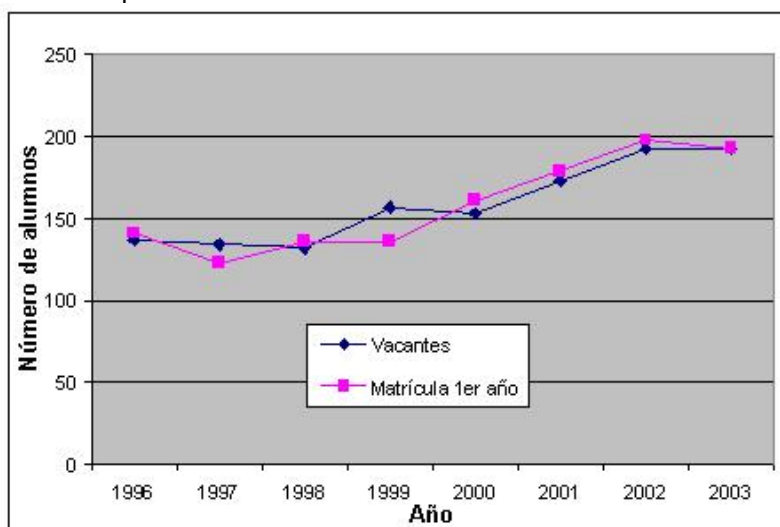


## Universidades tradicionales

En la Región Metropolitana se encuentran las siguientes universidades tradicionales que dictan la carrera de periodismo: Pontificia U. Católica de Chile, U. de Chile y U. de Santiago de Chile.

En el gráfico N°16 se observa el comportamiento de las vacantes totales ofrecidas y de las matrículas de primer año. Se puede apreciar que el comportamiento de ambas líneas es prácticamente igual, con las matrículas de primer año levemente superior a las vacantes, excepto en los años 1997 y 1999. Por lo tanto, se observa que las universidades tradicionales generalmente copan las vacantes ofrecidas año a año.

Gráfico N°16: Vacantes totales y Matrícula 1er año totales para la Región Metropolitana en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Universidades Tradicionales

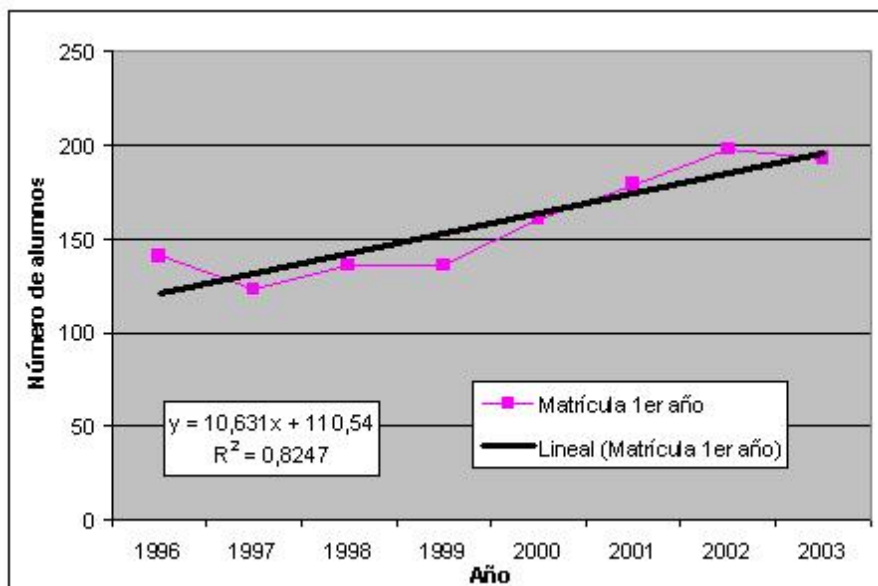


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consejo de Rectores

Para realizar la proyección de la demanda dentro de las universidades tradicionales, se realizó nuevamente la proyección de las matrículas de primer año. Esto se puede observar en el gráfico N°17.



Gráfico N°17: Matrícula 1er año total y línea de tendencia para la Región Metropolitana en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Universidades Tradicionales

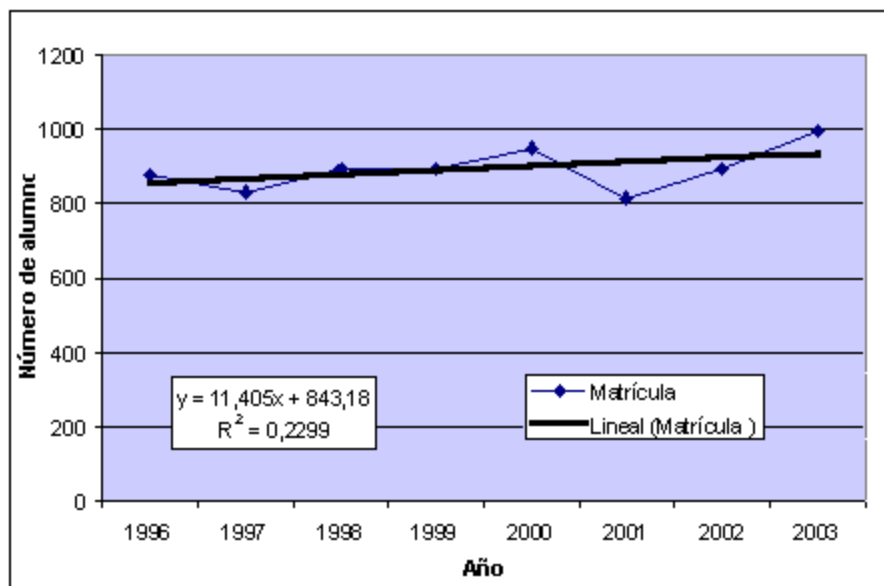


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consejo de Rectores

La proyección para las matrículas de primer año de las universidades tradicionales muestra una tendencia al alza, demostrando que en los próximos años existirá un aumento de la demanda por la carrera de Periodismo. Esta tendencia es positiva para las perspectivas de la Universidad Santa María, ya que es dentro del grupo de este tipo de universidades donde deberá entrar al incorporar la carrera de periodismo, esperándose por lo tanto que compita por esta demanda en aumento.



Gráfico N°18: Matrícula Total de periodismo y línea de tendencia para la Región Metropolitana en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Universidades Tradicionales



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consejo de Rectores

### *Universidades no tradicionales*

Para las universidades no tradicionales existentes en la Región Metropolitana, dentro de las que se encuentran 19 universidades a lo largo de 1996 a 2003, se tienen los siguiente resultados.

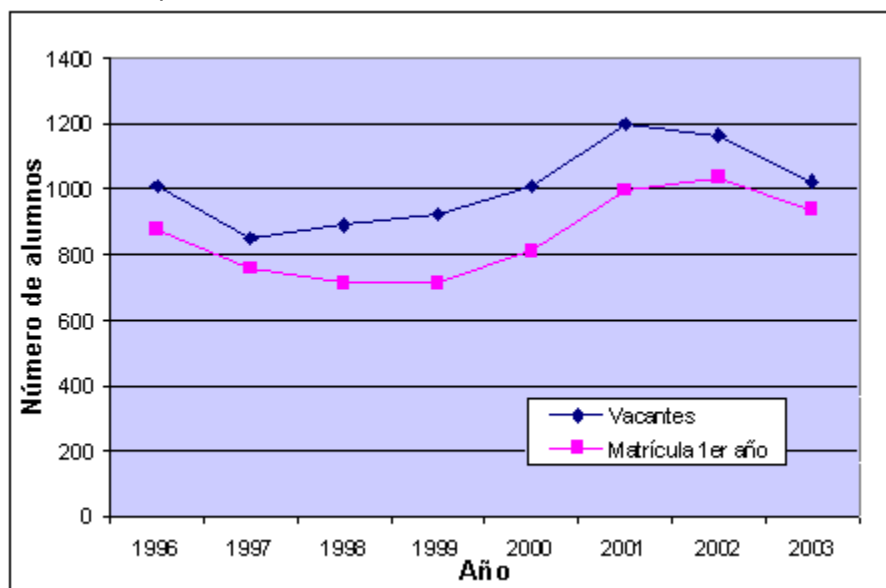
De estas 19 universidades, 14 ya dictaban la carrera en 1996. De éstas, 13 de ellas se mantienen hasta el año 2003 y una dejó de dictar la carrera (U. de Las Condes). El resto de las universidades comenzó a dictar la carrera a lo largo del período analizado.

En el gráfico N°19 se observa el comportamiento de las vacantes totales ofrecidas y de las matrículas de primer año. Es posible dentro de este gráfico observar nuevamente el comportamiento cíclico observado en el análisis de la totalidad de las universidades de la Región Metropolitana. Así, se puede concluir que son las universidades no tradicionales las que determinan el comportamiento



de la totalidad de las universidades de la Región Metropolitana. Esto se debe al gran número de universidades no tradicionales que dictan la carrera de periodismo en la región en contraste con el bajo número de universidades tradicionales que la dictan, sólo tres, como pudo verse anteriormente.

Gráfico N°19: Vacantes totales y Matrícula 1er año totales para la Región Metropolitana en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Universidades no tradicionales

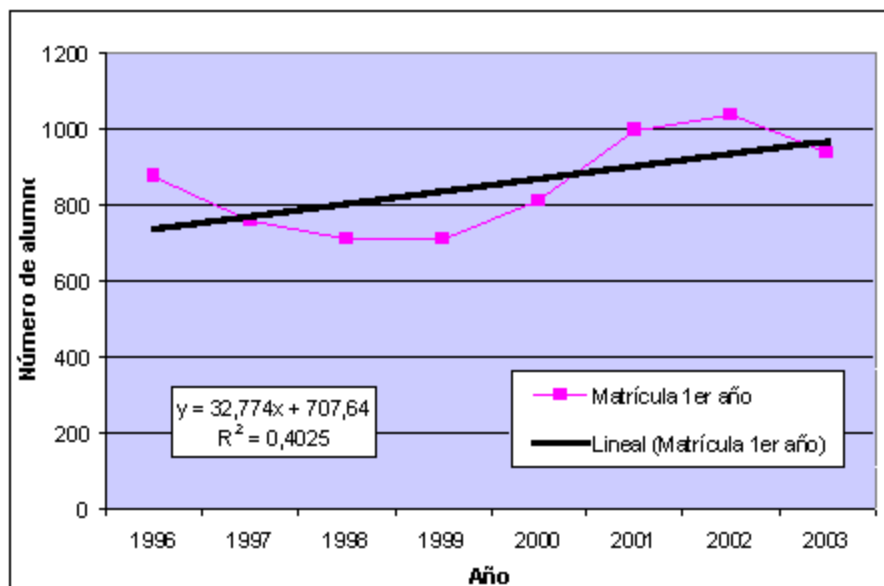


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consejo de Rectores

Para estimar la demanda en las universidades no tradicionales se realizó una proyección de las matrículas de primer año. Esto se observa en el gráfico N° 20. Allí se puede apreciar, nuevamente, la tendencia cíclica de las matrículas de primer año. Sin embargo, tal hecho presenta además una tendencia a la alza, al igual como ocurre para el análisis de la totalidad de las universidades. Esto se ve reflejado en la línea de tendencia proyectada, donde se observa una marcada tendencia al alza.



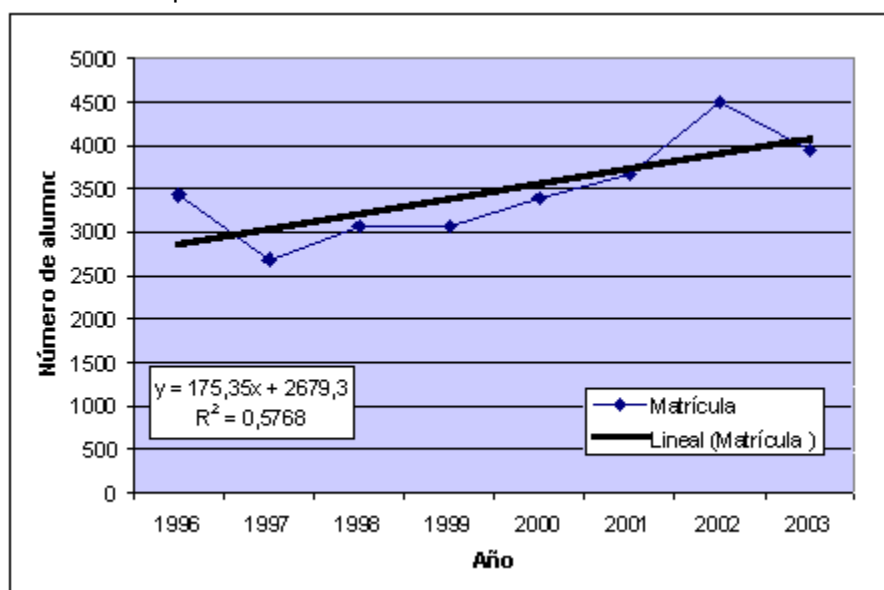
Gráfico N°20: Matrícula 1er año totales y línea de tendencia para la Región Metropolitana en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Universidades no tradicionales



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consejo de Rectores

Con respecto a la matrícula total dentro de las universidades no tradicionales en la Región Metropolitana, se observa una tendencia al alza en el período analizado. Esto se debe al aumento de las matrículas en el transcurso de los años y a la apertura de la carrera en un mayor número de universidades.

Gráfico N°21: Matrícula Total de periodismo y línea de tendencia para la Región Metropolitana en la carrera de periodismo de 1996 a 2003 - Universidades no tradicionales



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consejo de Rectores



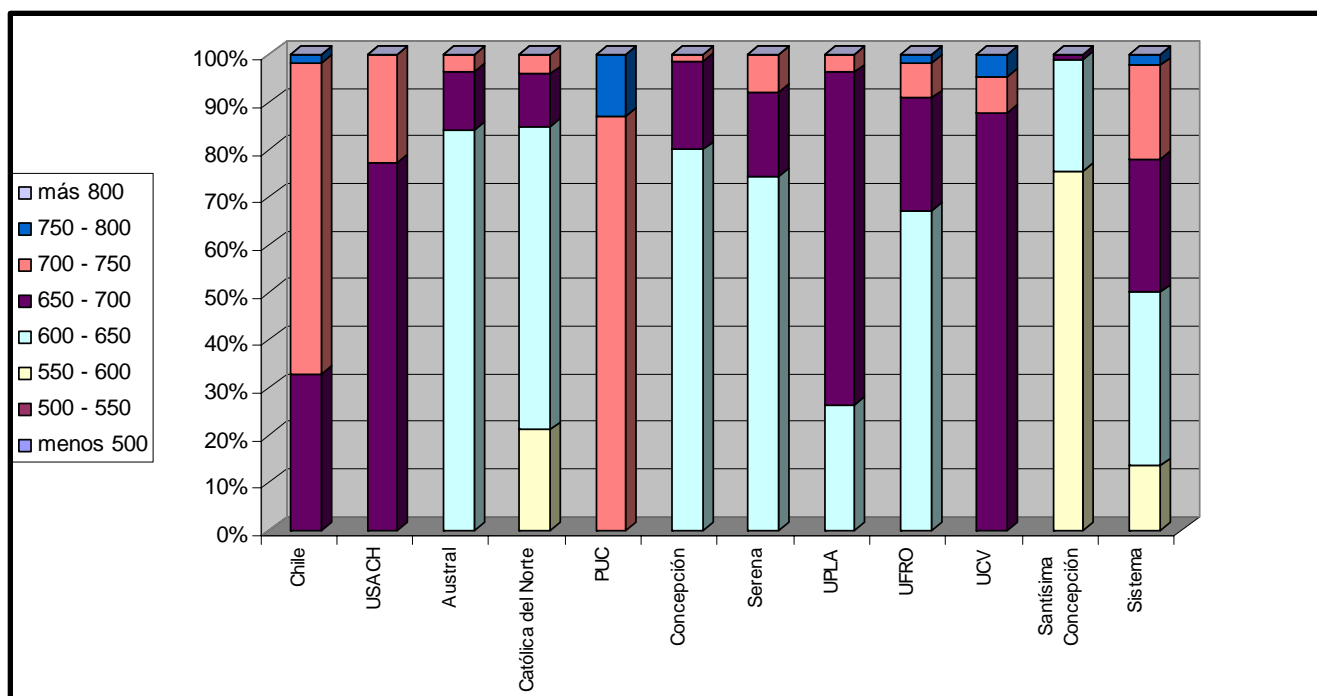
## Análisis de Puntajes de Selección

En este punto se analizará la situación de los puntajes de ingreso de los alumnos matriculados en Periodismo a las universidades tradicionales.

Las universidades no tradicionales no son consideradas dentro de este análisis, debido a la imposibilidad de obtener datos respecto a este punto para dichas universidades.

El análisis se realiza sobre la base de la comparación de los puntajes de ingreso con la PAA en el año 2003 y los puntajes de ingreso con la PSU en el año 2004.

Gráfico N°22: Distribución puntajes de selección PAA 2003 para Periodismo



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consejo de Rectores

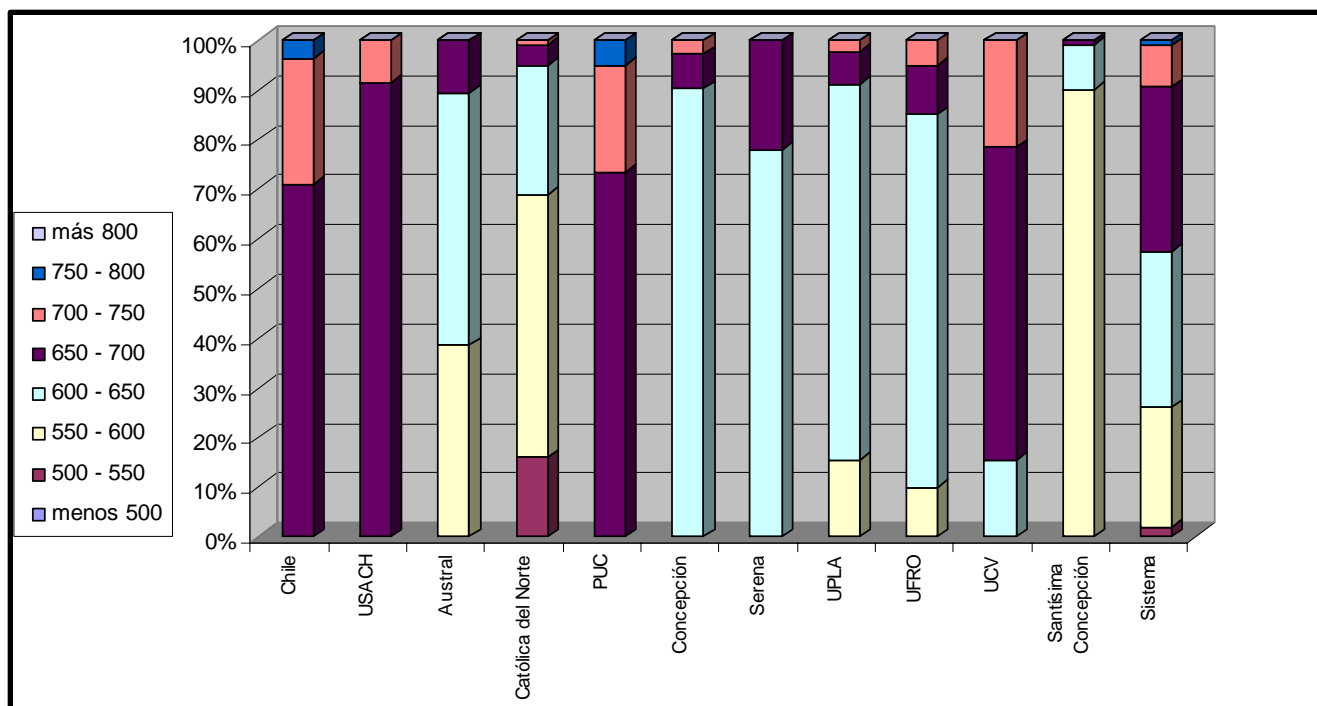


En el gráfico N°22 se puede apreciar que las universidades que dictan la carrera de Periodismo en la V Región tienen dispares resultados en cuanto a los puntajes de ingreso para el año 2003. La Pontificia U. Católica de Valparaíso tuvo su ingreso en el rango de 650 a 800 puntos, mientras que la U. de Playa Ancha tuvo su ingreso entre 600 y 750 puntos.

Para la Región Metropolitana se observan los mayores puntajes para las 3 universidades tradicionales. En éstas el puntaje de ingreso del último matriculado supera los 650 puntos, incluso para el caso de la Pontificia U. Católica de Chile supera los 700 puntos.

Al pasar el 2004 a la PSU, se observa una disminución de los puntajes de ingreso en la totalidad de las universidades tradicionales. Esto se puede observar el gráfico N°23.

Gráfico N°23: Distribución puntajes selección PSU 2004 para Periodismo



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consejo de Rectores



## Análisis de entorno

El primer plantel de educación superior de Periodismo en Chile fue creado en 1952 por la Universidad de Chile, e inició sus actividades docentes en 1953. Ese mismo año, la Universidad de Chile en su sede de Valparaíso creó un título de Licenciado en Ciencias Periodísticas, aunque su carrera de Periodismo se inició en 1962, un año después de la Universidad Católica.

En 1956 se abrió la Escuela de la Universidad de Concepción. La historia registró entonces un crecimiento moderado del número de facultades, a cargo de las que hoy conocemos como universidades tradicionales. A las escuelas ya mencionadas, se sumó la de la Universidad Católica del Norte.

Durante gran parte del período 1973-1989 permanecieron como únicas Escuelas las dos de Santiago, en las universidades de Chile y Católica, y en la Universidad Católica del Norte, en Antofagasta, mientras se cerraban los planteles en Concepción y Valparaíso. Gran parte de las actuales escuelas nacieron a comienzos de los 80.

La presencia formal de las universidades privadas en la formación de periodistas comenzó en 1986 con la Universidad Diego Portales, en Santiago. En las postrimerías de la década de 1980 comenzó a ampliarse el campo para nuevos planteles privados, mientras las universidades estatales reabrían o abrían igualmente la carrera, sobre todo en regiones. La multiplicación de escuelas de Periodismo se produce sobre todo entre 1989 y 1992. Tras esta segunda fase, podríamos decir que continúa hasta este año una expansión que incluye la apertura de Escuelas en regiones, en muchos casos como filiales de universidades de Santiago.

En el universo de los planteles que forman periodistas, convergen universidades autónomas tradicionales, autónomas privadas, acreditadas por el Consejo Superior de Educación o bajo sistemas de examinación.



Existe en Chile una concentración y centralización de la enseñanza del Periodismo, con el 61 por ciento del alumnado en la Región Metropolitana, y el resto distribuido en otras seis regiones. En orden cuantitativo, luego de Santiago vienen las regiones Quinta, Octava, Segunda, Novena y Décima.

En estos últimos años ha aumentado el número y la calidad percibida de las universidades no tradicionales (privadas), sin ser comparables todavía con el prestigio de las tradicionales. Además, se debe considerar que las universidades no tradicionales han adquirido cada vez una mayor participación de mercado. Por otro lado, el costo de cambio de un estudiante de pasar de una universidad a otra es relativamente alto.

A lo largo de los años, una gran cantidad de universidades ha incluido dentro de sus planes de estudio la carrera de Periodismo, tal como se puede apreciar en el análisis realizado en el punto anterior. Es de esperar que siga la tendencia en cuanto a la entrada sistemática de nuevos competidores al mercado. Esto se puede apreciar en la tabla N° 3, donde se observa que dentro de la última década sólo en los años 1996 y 1997 no ingresaron nuevos competidores a la industria.

Tabla N° 3: Año de inauguración de la carrera de periodismo en las universidades chilenas

1953	Universidad de Chile
1956	Universidad de Concepción
1961	Pontificia Universidad Católica de Chile
1962	Universidad de Chile de Valparaíso
1968	Universidad Católica del Norte (Antofagasta)
1980	Instituto de Comunicación Mónica Herrera (actual Universidad Mayor)
1986	Universidad Diego Portales
1989	Universidades Austral (Valdivia), Finis Terrae, Gabriela Mistral
1990	Universidades Nacional Andrés Bello, Santo Tomás, Viña del Mar
1991	Universidades ARCIS (diurno y vespertino), La República, Bernardo O'Higgins, UNIACC, San Sebastián (Concepción),
1992	Universidades de Santiago de Chile, de la Frontera (Temuco), Academia de Humanismo Cristiano, del Desarrollo (Concepción), Bolivariana (diurno y vespertino), Internacional SEK, Gabriela Mistral (plan mixto Licenciatura)
1993	Universidades Católica de la Santísima Concepción (Concepción), de Los Andes, La Serena
1994	Universidades José Santos Ossa (Antofagasta), del Pacífico
1995	Universidad Católica de Valparaíso (Viña del Mar)
1998	Universidades de Aconcagua (Viña del Mar), de Aconcagua (San Felipe), Miguel de Cervantes
1999	Universidad del Desarrollo (Santiago)
2000	Universidades Diego Portales (Temuco), Mayor (Santiago), Mayor (Temuco), Adolfo Ibáñez (Viña del Mar)
2001	Universidades Alberto Hurtado, de las Américas)

Fuente: Elaboración propia

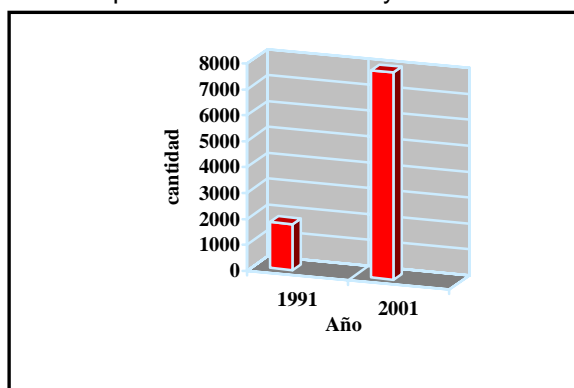


La experiencia y los efectos del aprendizaje son factores importantes, ya que dentro de este sector existe un know-how que se aprende sólo con el paso del tiempo. Por lo que aquellas universidades que pertenecen a la industria poseen una ventaja competitiva, que les permite aumentar su rentabilidad y disminuir el interés de nuevos participantes por ingresar al sector.

Uno de los aspectos que valora el cliente al elegir una casa de estudios es el prestigio del servicio entregado por cada universidad. Toma importancia, entonces, el tiempo de funcionamiento de la Universidad en la entrega de servicios y la calidad con la que lo hace. Es relevante, como consecuencia de esto, la lealtad de marca que se forma el cliente. Dado el prestigio y calidad de la UTFSM., los potenciales competidores no representarían una amenaza fuerte, pero se encontrarían en un nivel medio considerando que se impartan carreras nuevas.

De acuerdo a los números que presentamos en el gráfico N° 27, entre 1991 y 2001 el número de estudiantes de Periodismo se incrementó 451 %, desde 1.774 a 8.000 en este año.

Gráfico N°24: Total nacional de alumnos de periodismo años 1991 y 2001



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consejo de Rectores



La multiplicidad de asignaturas y el alto número de Escuelas determina la existencia de un numeroso estamento docente, que se nutre tanto de periodistas profesionales como de expertos de otras disciplinas.

La dedicación docente es muy variada. Los datos del Consejo Superior de Educación establecen altos porcentajes de profesores con media jornada o más en varias Escuelas, sobre todo de regiones, mientras en Santiago predominan los profesores a tiempo parcial. Los parámetros van desde una Escuela con 60,6 % de sus profesores con media jornada o más y otra donde esa condición corresponde sólo a 4,3 % de sus docentes.

Sobre un total de 730 docentes, 11,5% corresponde a jornadas completas, 9% a medias jornadas y 79,5% a tiempo parcial. En el caso de los auxiliares de docencia, en un total de 385, el 31% corresponde a egresados o titulados y 69% a ayudantes-alumnos.

El alto índice de profesores a tiempo parcial puede ser interpretado como la expresión de que los periodistas que se dedican a la docencia no abandonan el ejercicio activo de la profesión, lo cual representa un rasgo saludable y característico de la enseñanza del Periodismo.



## Conclusiones

En lo referente a la demanda total, las regiones Quinta y Metropolitana concentran un porcentaje del 70% de los estudiantes de todo el país. Es en estas regiones donde existe el mayor número de escuelas de periodismo. Sobre esta base, es interesante la posibilidad de implementar la carrera dentro de estas regiones.

El análisis de la demanda a nivel nacional, V Región y Región Metropolitana predice una tendencia general para la carrera de periodismo al alza. En el período analizado (1996-2003) el número de matriculados en primer año y la matrícula total en cada una de estas regiones, muestran una marcada tendencia creciente. Esto permite realizar una proyección a futuro que indica un aumento sistemático en las matrículas de primer año y, por ende, dados los criterios utilizados, de la demanda por la carrera.

Interesante es hacer notar que a partir de 1990 han surgido, todos los años (excepto 1996 y 1997), nuevas escuelas de Periodismo y, sin embargo existe un aumento año a año de las matrículas de primer año en la mayoría de las universidades ya existentes.

Se diferencié entre universidades tradicionales y no tradicionales para determinar si el comportamiento de la demanda varía dependiendo de el tipo de universidad. En primer lugar, se debe mencionar que mientras el número de universidades tradicionales que imparten la carrera se mantiene constante a lo largo del período analizado, el número de universidades no tradicionales aumenta año a año. La cantidad de casa de estudios superiores tradicionales es bajo en comparación al de las no tradicionales, con un total de 5 en el primer grupo que dictan la carrera entre la Quinta Región y Región Metropolitana, versus 15 no



tradicionales en el año 1996; mientras 5 tradicionales versus 23 no tradicionales en el año 2003.

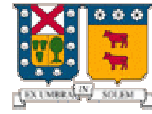
Luego de estas consideraciones y realizado el análisis de matrículas de primer año, se observa que la demanda por universidades tradicionales aumenta a nivel agregado, entregando proyecciones al alza para los próximos años. Para el caso de las universidades no tradicionales se observa un aumento aún más marcado de la demanda, explicado principalmente por el aumento de universidades de este tipo experimentado en el período analizado.

Por lo tanto, a nivel desagregado de universidades tradicionales y no tradicionales se observa un comportamiento de la demanda por la carrera positivo, con proyecciones futuras satisfactorias para ambos tipos de universidades.

Para el caso de la Universidad Santa María es realmente positivo el comportamiento observado en las universidades tradicionales ya que es dentro de éstas donde deberá buscar captar su participación de mercado. Por lo que se espera, si se dicta la carrera de Periodismo dentro de la Universidad, un comportamiento de la demanda similar al de estas universidades, logrando captar las matrículas para primer año determinadas por la Universidad.

El estudio de los puntajes de ingreso para los años 2003 y 2004 indica que en las universidades tradicionales de la Quinta y Región Metropolitana, el nivel de puntajes de ingreso está por sobre los 650 puntos. Esta situación es favorable para la Universidad Santa María ya que va de acuerdo con los puntajes mínimos exigidos hoy en día por la Universidad.

Sobre la base de toda la información expuesta con anterioridad se concluye que diversificar la oferta educacional actual de la Universidad Santa María hacia la carrera de Periodismo representa una atractiva oportunidad.



# CAPÍTULO II

## ANÁLISIS ACADÉMICO

### Introducción

Desde la creación de las dos primeras escuelas de Periodismo en Chile, el país ha vivido lo que se denomina una “revolución de las comunicaciones”. Gracias a la convergencia tecnológica, hay una sociedad nueva: la sociedad de la información o del conocimiento, con todas sus consecuencias, y se ha llegado a un nuevo siglo en condiciones completamente distintas en este aspecto.

Hoy más que nunca el periodista debe ser un profesional múltiple, capaz de hacer su trabajo en una variedad de medios posibles. Hasta hace algunos años, el periodismo era bidimensional, vale decir, texto y sonido, pero en estos tiempos la situación ha variado bruscamente.

El rol del periodista ha evolucionado desde una posición de árbitro y administrador de la noticia, a un profesional de las comunicaciones del que cada se espera mayor nivel de excelencia.

Si bien este profesional tiene el deber de recopilar información, procesarla, priorizarla y darla a conocer, actualmente se ve enfrentado a una dura realidad. El periodista, debe adaptarse a la nueva y compleja realidad que impone la era ciber-espacial.

El mandato ético de entregar información en forma “veraz, leal y oportuna” requiere de profesionales empeñados responsablemente en su tarea.



Hoy se necesita de profesionales capacitados para entender los grandes fenómenos humanos, sociales y políticos de este tiempo. La sociedad requiere de la información, y los profesionales que pueden proporcionarla de manera organizada, comprensible y útil son, precisamente, los periodistas.

Los cambios que internet ha forzado sobre el periodismo son múltiples y profundos, en especial sobre su economía. Habrá medios y grupos empresariales que sabrán capear el temporal, y los habrá que no. A cambio, el periodismo como actividad será cada vez más fuerte.

La siguiente propuesta académica tiene por objeto formar profesionales fortalecidos para este nuevo escenario. Ello implica integrar nuevos campos y nuevas tecnologías.

Obviamente, no se pretende dejar de lado lo tradicional, vale decir, el medio audiovisual, radio y de prensa escrita, sino que más bien fortalecer las nuevas tecnologías para un periodista mejor capacitado a los cambios actuales.



## Oferta Académica Otras Universidades

Actualmente, la oferta académica para la carrera de Periodismo está compuesta por 38 universidades a nivel nacional, las que se pueden dividir en tradicionales y no tradicionales, de acuerdo al criterio mencionado en el Estudio de Mercado.

En este sentido, dentro de las universidades tradicionales están: Universidad de Concepción, Universidad Católica de la Santísima Concepción, Universidad Católica del Norte, Universidad Austral, Universidad de La Serena, Universidad de la Frontera, Universidad de Chile, Pontificia Universidad Católica de Chile, Universidad de Santiago de Chile, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso y Universidad de Playa Ancha.

En cuanto a las universidades no tradicionales, están: Universidad Alberto Hurtado, Universidad Mariano Egaña, Universidad Miguel de Cervantes, Universidad Bolivariana, Universidad José Santos Ossa, Universidad Finis Terrae, Universidad ARCIS, Universidad San Sebastián, Universidad Mayor, Universidad Academia de Humanismo Cristiano, Universidad de las Américas, Universidad del Pacífico, Universidad Internacional SEK, Universidad Diego Portales, Universidad La República, Universidad Las Condes, Universidad del Mar, Universidad de Aconcagua, Universidad Bernardo O'Higgins, Universidad Andrés Bello, Universidad Gabriela Mistral, Universidad Santo Tomás, Universidad de Viña del Mar, Universidad Adolfo Ibáñez, Universidad de Los Andes, UNIACC y Universidad del Desarrollo.

Tal como se mencionó en el Estudio de Mercado, el 70% de la demanda total de la carrera de Periodismo se concentra en la V y Región Metropolitana. En este sentido, se puede mencionar que en esta última se concentran 22 Casas de Estudios Superiores que imparten esta carrera (3 Tradicionales y 19 No



Tradicional), mientras que en la región de Valparaíso sólo hay seis (2 Tradicionales y 4 No Tradicionales).

## ***Cuerpo de Estudio***

Para realizar el siguiente análisis, se tomaron en cuenta trece universidades concentradas en la Región Metropolitana y la V Región, entre las que se cuentan cinco universidades tradicionales y ocho universidades no tradicionales.

En consecuencia, el cuerpo de estudio está compuesto por:

### ***A) Universidades Tradicionales***

- Universidad de Chile
- Pontificia Universidad Católica de Chile (PUC)
- Universidad de Santiago de Chile (USACH)
- Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV)
- Universidad de Playa Ancha (UPLA)

La razón por la cual se seleccionaron estas Casas de Estudio Superiores, es que todas ellas constituyen las principales universidades tradicionales del país y las que concentran el mayor prestigio en la zona. Esto lleva a que se convertirían en la competencia principal a nivel nacional, en el caso de que la Universidad Técnica Federico Santa María abriera la carrera de Periodismo

### ***B) Universidades No Tradicionales***

- Universidad Andrés Bello



- Universidad Gabriela Mistral
- Universidad Santo Tomás
- Universidad de Viña del Mar
- Universidad Adolfo Ibáñez
- Universidad de Los Andes
- Universidad de Artes, Ciencias y Comunicación (UNIACC)
- Universidad del Desarrollo

En este caso, la razón por la cual se seleccionaron estas Casas de Estudio Superiores es que son las principales universidades no tradicionales del país que imparten la carrera de Periodismo.

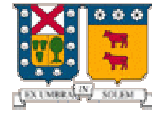
Dentro de ellas, la Universidad Viña del Mar sería la principal competencia (dentro de este rango) en la V Región, pues su oferta es la más consolidada y con mayor prestigio en la zona. En cuanto a la Universidad de Los Andes, se escogió por la estructura de su malla curricular, la cual postula una orientación bastante interesante.

El resto de las universidades no tradicionales seleccionadas presentan una oferta consolidada a nivel nacional, ganándose un buen prestigio a lo largo de los años.

## ***Áreas Temáticas carrera de Periodismo***

Para el siguiente análisis, se tomaron en cuenta cinco Áreas Temáticas para la carrera de Periodismo.

Cabe destacar que las categorías fueron definidas previo análisis de las distintas asignaturas impartidas por las diferentes universidades analizadas para el presente informe.



## *Descripción Áreas Temáticas*

Tomando en cuenta las asignaturas impartidas a lo largo de la carrera de Periodismo, es posible distinguir cinco áreas que encierran de manera global todos los ramos impartidos.

### **1) Formación Profesional**

Incluye todos aquellos ramos que tienen por objeto orientar al estudiante en materias referentes al periodismo como tal, vale decir, que le entrega las herramientas básicas para desempeñarse a futuro como profesional del área.

Esta categoría incluye asignaturas tales como: Introducción al Periodismo; Periodismo Informativo, Interpretativo y de Opinión; Redacción Periodística; Televisión y Radio, entre otras.

Además, integra aquellos ramos que ayudarán al futuro profesional a entender el campo legal y ético de su profesión, como por ejemplo Ética y Legislación Periodística.

### **2) Comunicación**

Asignaturas orientadas al área de las comunicaciones, tales como Teoría de la Comunicación, Comunicación Organizacional y Marketing.

### **3) Ciencias Sociales**

Esta categoría incluye todos aquellos ramos que forman parte de los grandes campos del saber, vale decir, Filosofía, Economía, Literatura, Teología y Cultura, entre otros.

Dentro del Periodismo, la Historia juega un rol fundamental en el entendimiento de los grandes sucesos que hoy ocurren alrededor del mundo. Por ello, resulta esencial para el profesional de las comunicaciones orientarse en esta área, la cual incluye asignaturas como Historia Universal, de Chile y del Mundo.



#### **4) Formación General**

Todos aquellos ramos que complementan la formación profesional en ámbitos que no son netamente periodísticos, pero que sí deben formar parte del perfil general del estudiante.

En esta categoría hay asignaturas de Tecnologías de la Información, Humanistas, Deporte, Actualidad y Gestión Empresarial, entre otras.

#### **5) Proceso de Titulación**

Ciertas universidades imparten asignaturas con el fin de ayudar a sus alumnos en el proceso de realización de Tesis, Memorias o Reportajes de Titulación, sea cual sea el caso en particular.

### ***Gráficos Áreas Temáticas universidades***

El siguiente informe incluye un análisis y gráficos referentes al porcentaje de número de asignaturas que contempla cada universidad analizada; éstas están divididas por Áreas Temáticas (definidas en el ítem anterior). Además, se especifica el promedio de horas lectivas<sup>1</sup> (de clases teóricas en el aula) asignadas a éstas durante toda la carrera.

#### **a) Porcentaje número de asignaturas designado a cada Área Temática**

El siguiente análisis contempla el porcentaje de asignaturas asignado a cada Área Temática. Se dividió en Universidades Tradicionales, No Tradicionales y, finalmente, se presenta un gráfico que encierra el resultado final de ambas.

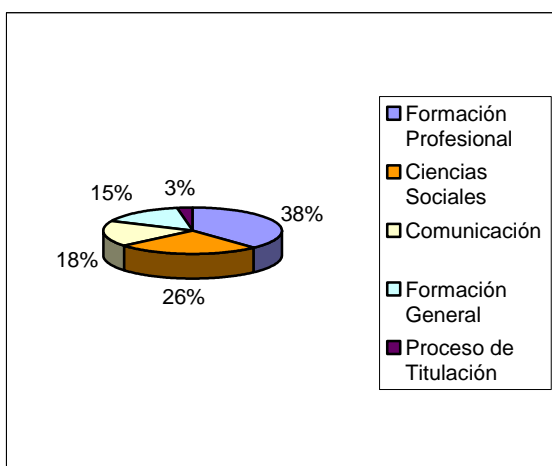
---

<sup>1</sup> Una hora lectiva se entiende como una clase de 45 Minutos para la UTFSM.



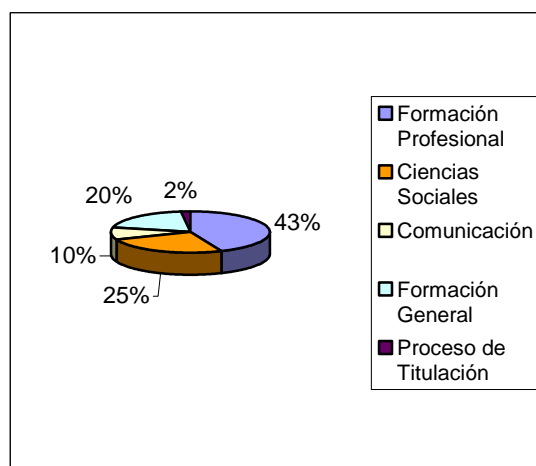
a.1) Comparación Universidades Tradicionales v/s Universidades No Tradicionales

Gráfico N°25.- Total Porcentaje Asignaturas por Área Temática Periodismo U. Tradicionales.



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°26.- Total porcentaje Asignaturas por Área Temática Periodismo U. No Tradicionales



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los resultados obtenidos en este análisis, la categoría más privilegiada en cuanto a porcentaje de asignaturas dentro de las Áreas Temáticas es *Formación Profesional*, en ambos tipos de universidades, con un 36% en las Tradicionales y un 43% en las No Tradicionales.

La similitud se da, además, en la segunda área temática: *Ciencias Sociales*, con un 25% en las Tradicionales y un 26% en las No Tradicionales.

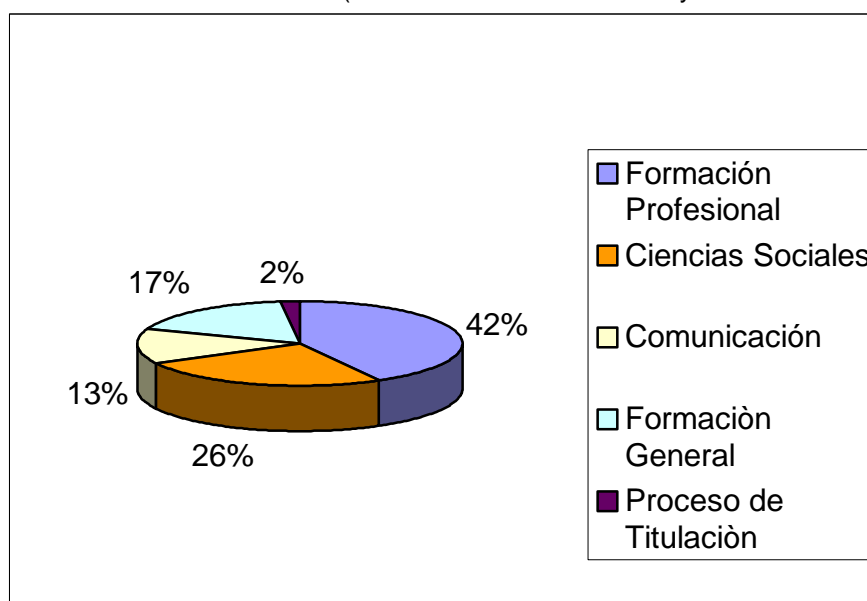
Sin embargo, la diferencia se da a partir de la tercera categoría privilegiada, pues en las universidades tradicionales el orden sigue con *Comunicación* (18%), *Formación General* (15%) y *Proceso de Titulación* (3%); mientras que en las no tradicionales sigue con *Formación General* (20%), *Comunicación* (10%) y *Proceso de Titulación* (2%).



a.2) Resultado final porcentaje asignaturas designadas por Áreas Temáticas a nivel nacional

De acuerdo al análisis realizado a las trece universidades, tanto tradicionales como no tradicionales, podemos decir que el área que más se privilegia en la carrera de Periodismo es *Formación Profesional*, tal como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 27.- Total Porcentaje Asignaturas por Áreas Temáticas a Nivel Nacional Carrera de Periodismo (universidades tradicionales y no tradicionales)



Fuente: Elaboración propia

Tal como es posible observar, y como se mencionó anteriormente, el área temática más privilegiada es la de *Formación Profesional* con un 42%. Le sigue *Ciencias Sociales* (26%), *Formación General* (17%), *Comunicación* (13%) y *Proceso de Titulación* (2%). El bajo nivel de esta última categoría se debe a que no todas las universidades tienen como ramo obligatorio dentro de su plan de estudios alguno referido a esta etapa final de la carrera.



a.3) Prioridad de Áreas Temáticas en cuanto a porcentaje de asignaturas

El orden de prioridad tanto en las universidades tradicionales como en las no tradicionales, es el siguiente:

Tabla N° 4.- Orden de Prioridad Áreas Temáticas  
Universidades Tradicionales v/s No Tradicionales,  
en cuanto a porcentaje de asignaturas asignadas por Área Temática.

<b>Lugar de Prioridad</b>	<b>Universidades Estatales</b>	<b>Universidades No Tradicionales</b>
1	Formación Profesional	Formación Profesional
2	Ciencias Sociales	Ciencias Sociales
3	Comunicación	Formación General
4	Formación General	Comunicación
5	Proceso de Titulación	Proceso de Titulación

Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que en ambos casos, Formación Profesional ocupa el primer lugar de prioridades dentro del Plan de Estudios de las universidades. La diferencia se da a partir de la tercera prioridad, donde Comunicación y Formación General se dan en las Universidades Tradicionales y No Tradicionales, respectivamente.

La similitud vuelve en el último lugar, en lo que se refiere a Proceso de Titulación.

**b) Porcentaje horas de clases lectivas por Área Temática**

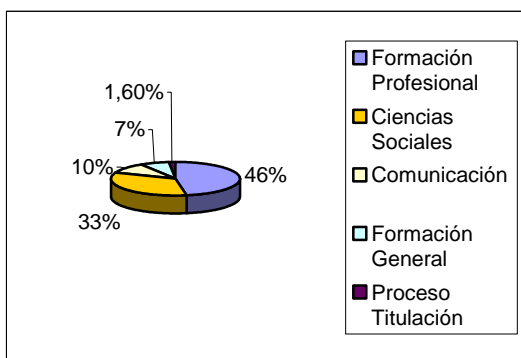
En este ítem se tomó en cuenta la cantidad de horas que el alumno está frente a la sala de clases (horas lectivas), para lo cual se tomó como base el horario impartido por las diversas universidades en sus distintos años de Periodismo.



A continuación, se entrega el resultado final en gráficos divididos por Universidades Tradicionales y No Tradicionales, en cuanto al porcentaje de horas de clases lectivas contemplado en los diversos planes de estudios, segmentado por Áreas Temáticas.

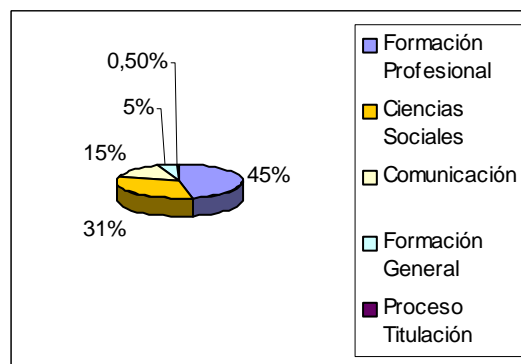
b.1) Porcentaje promedio horas de clases lectivas Universidades Tradicionales y No Tradicionales

Gráfico N° 28.- Porcentaje promedio horas de clases lectivas Periodismo U. Tradicionales



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 29.- Porcentaje promedio horas de clases lectivas Periodismo U. No Tradicionales.



Fuente: Elaboración propia

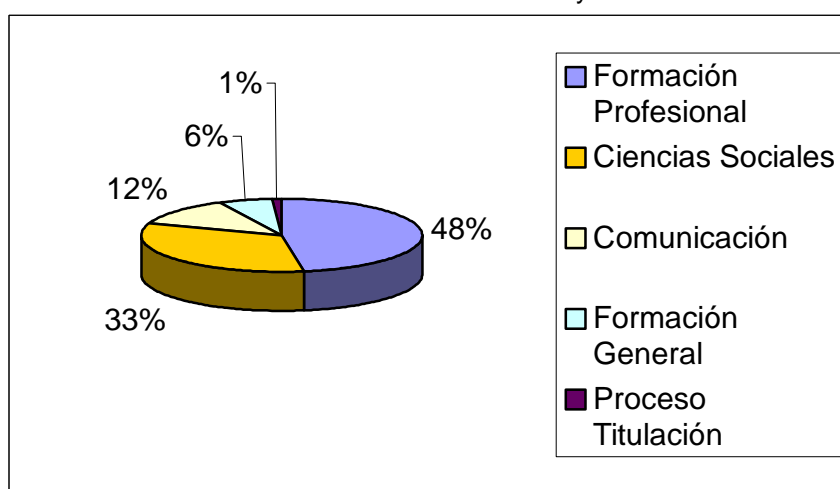
Tal como se puede observar, el área de *Formación Profesional* ocupa el primer lugar de horas lectivas en ambos casos, con un 45% en las universidades tradicionales y 46% en las no tradicionales, seguida por *Ciencias Sociales* (31% y 33%), *Comunicación* (15% y 10%), *Formación General* (5% y 7%) y finalmente *Proceso de Titulación* (0.5% y 1.6%).



b.2) Resultado Final Porcentaje Horas Lectivas designadas a las distintas áreas a nivel nacional

El siguiente gráfico contempla el promedio de horas lectivas consideradas en las distintas áreas por el total de universidades tradicionales y no tradicionales que se analizaron en el presente informe.

Gráfico N°30.- Porcentaje Promedio Horas clases lectivas Periodismo Universidades Tradicionales y No Tradicionales



Fuente: Elaboración propia

Aquí se puede apreciar que, en un universo de 20.832 horas de clases lectivas analizadas, la mayor parte corresponde a las asignaturas del área de *Formación Profesional* (48%), seguida por *Ciencias Sociales* (33%), *Comunicación* (12%), *Formación General* (6%) y *Proceso de Titulación* (1%).



## **Programa Académico UTFSM**

### ***Objetivos de la carrera***

El objetivo de la carrera de Periodismo de la Universidad Técnica Federico Santa María es formar un profesional capacitado para desempeñarse en el campo de la industria de las comunicaciones - en el sentido más amplio de la palabra-, entendiendo la realidad social, política, económica y cultural del mundo de hoy.

Si bien la carrera está orientada a que el profesional use las técnicas periodísticas de manera óptima y sea capaz de seleccionar, procesar, interpretar y transmitir la información, junto a principios éticos e inserto en las nuevas tecnologías de la información.

El profesional formado en la UTFSM tendrá amplios conocimientos tanto a nivel de medios de comunicación (prensa) como de comunicación corporativa (Relaciones Públicas). En este sentido, será capaz de desenvolverse no sólo en los medios informativos (radio, televisión y prensa escrita), sino que también a nivel corporativo, manteniendo los canales de comunicación internos y externos de una empresa.

### ***Perfil del profesional***

El profesional formado en la UTFSM tendrá una sólida formación en todo ámbito, ya sea periodístico, comunicacional y legislativo, entre otros aspectos.



En lo que se refiere al campo tecnológico, será capaz de manejar los instrumentos necesarios para desarrollarse en el área digital, tomando en cuenta que campos como la fotografía y el diseño requieren de conocimientos específicos en este sentido.

El Periodista de la UTFSM tendrá, también, una visión empresarial de su actividad, lo que le permitirá entender cómo funciona un medio de comunicación desde la perspectiva empresarial.

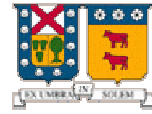
## ***Tipo de alumno***

La carrera de Periodismo de la Universidad Técnica Federico Santa María está orientada a estudiantes que manifiesten una vocación por la comunicación y que, preferentemente, posean habilidades en el manejo del lenguaje escrito y oral; interés por la actualidad nacional e internacional; y un claro espíritu de trabajo en equipo.

## ***Grado Académico***

El alumno de la carrera de Periodismo de la Universidad Técnica Federico Santa María será, además, *Licenciado en Ciencias de la Comunicación*.

Para obtener dicho grado se requiere haber aprobado todos los ramos de la malla curricular hasta el octavo semestre, además de su práctica profesional y el Examen de Suficiencia de Inglés.



## ***Título Profesional***

El título profesional de la carrera será *Periodista*.

Para ello, debe haber cumplido con los requisitos de obtención de grado anteriormente expuesto, vale decir, haber aprobado toda la malla curricular como también la práctica profesional, el Examen de Suficiencia de Inglés y la Tesis de Grado.

## ***Campo Laboral***

El Periodista titulado de la UTFSM podrá desempeñarse en los distintos *medios de comunicación*, ya sean escritos, audiovisuales (televisión) y radiales, a los que se suman los medios digitales.

Debido a su preparación en el *ámbito corporativo*, podrá desarrollarse laboralmente –también- en empresas públicas o privadas que requieran de sus servicios (Relaciones Públicas).

A lo anterior, se suma la *creación de nuevos medios* por parte del profesional, para lo cual tendrá la base de administración y gestión impartida en la universidad.

En resumen, el campo laboral del futuro profesional se puede dividir en tres áreas: Mediática (medios informativos tradicionales), Institucional (empresas) e Independiente (formar sus propias compañías de Asesorías Periodísticas).



## ***Requisitos de Admisión***

Los alumnos que deseen ingresar a la carrera de Periodismo de la Universidad Técnica Federico Santa María deberán cumplir con ciertas características personales que, en parte, fueron mencionadas en el ítem 8.3. Es así como deberán tener –preferentemente- un fuerte interés por el área humanista, vocación por la comunicación, habilidades en el manejo del lenguaje escrito y oral, interés por la actualidad nacional e internacional, y un claro espíritu de trabajo en equipo.

Además, los alumnos deben presentarse con PSU rendida. Como antecedente, puede decirse que, en cuanto a esta última, el promedio de los puntajes de ingreso para el año 2004 a las universidades tradicionales en la V y Región Metropolitana está por sobre los 650 puntos, tal como se analizó en el *Estudio de Mercado* expuesto con anterioridad.

En él se observó que, por ejemplo, en la V Región, la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso tuvo un rango de 650 a 800 puntos.

En Santiago, en tanto, el promedio de puntaje de admisión para la carrera de Periodismo en las universidades tradicionales es de 650 puntos. En el caso de la Pontificia Universidad Católica de Chile, se superan los 700 puntos.

El puntaje mínimo de ingreso será definido por la autoridad académica correspondiente de la UTFSM.

Sobre la ponderación de la PSU, se propone lo siguiente:



Tabla N° 5: Ponderación PSU carrera de Periodismo UTFSM

Puntaje Ponderado	PAV	PAM	PCS	NEM
	30%	20%	20%	30%

Fuente: Elaboración propia

## ***Horario carrera de Periodismo***

La carrera de Periodismo se impartirá en horario diurno.

## ***Práctica Profesional***

Para realizar la Práctica Profesional, el alumno tendrá que haber aprobado todos los ramos del área de Formación Profesional y de Comunicación, dictados hasta el semestre 8 del Plan de Estudios.

El estudiante deberá realizar su práctica profesional durante tres meses consecutivos en un medio de comunicación (diarios, revistas, televisión, radio y/o medios digitales) o institucional (áreas de comunicaciones o de marketing de una empresa), entre el cuarto y quinto año de su carrera.

Esta se llevará a cabo, por ende, entre los meses de enero, febrero y marzo, teniendo la posibilidad de comenzar sus estudios de 5to año en el mes de abril.

Se entenderá por aprobada su práctica profesional una vez que el supervisor designado al alumno en el lugar de trabajo entregue un buen informe de la misma durante su desempeño laboral. Dicho documento deberá ser presentado durante el mes de abril junto a un *Informe de Práctica*, donde el estudiante deberá detallar su desempeño junto a un archivo de notas periodísticas o trabajos que él mismo halla elaborado.



En este sentido, será requisito fundamental haber realizado y aprobado su práctica profesional antes de cursar los ramos de Taller de Título I y II.

## ***Proceso de Titulación***

Durante el 5to año de Periodismo o bien durante el último año de estudio, el alumno debe cursar Taller de Titulación I y II como ramo obligatorio dentro de la malla curricular. Tales asignaturas ayudarán al futuro profesional a culminar su carrera.

En ese sentido, el estudiante deberá desarrollar una Tesis de Grado para lo cual deberá tener su práctica profesional aprobada.

La Tesis consistirá en una investigación detallada de cierto tema que deberá estar previamente aprobado por la Unidad Académica que tiene tuición sobre el Plan de Estudios del alumno. Para ello, se le asignará un profesor guía o bien el propio alumno podrá seleccionar el que más se acomode a su método de trabajo.

De acuerdo al artículo 4 de Reglamento de Memorias de Titulación de la UTFSM, el alumno podrá solicitar la aprobación de un tema de memoria cuando tenga pendiente menos del 10% de los créditos de su plan de estudios y hasta dos años después de su egreso.

La Tesis de Grado podrá hacerse individualmente o bien con un máximo de dos personas.

Una vez entregada y corregida por la Comisión respectiva, el alumno indicará el día y la hora para su defensa oral.

Para obtener el título de Periodista se requerirá haber aprobado el Taller de Titulación I y II, como también la práctica profesional y la Tesis de Grado (entrega y defensa de la misma).



La realización de Tesis de Grado queda sujeta a la normativa expuesta en el Reglamento de Memorias de Titulación de la Vicerrectoría Académica de la Universidad Técnica Federico Santa María.

## ***Propuesta malla curricular carrera de Periodismo UTFSM***

Tal como se mencionó en la introducción del Análisis Académico, hoy el mercado requiere de un profesional versátil, capaz de desarrollarse en los distintos ámbitos de la comunicación.

Para seleccionar las temáticas de mayor interés, se tomó en cuenta el análisis de las mismas realizado a las distintas universidades consideradas para esta muestra.

Además de hacer énfasis en la parte institucional o corporativa de la profesión, se resalta la importancia de los ramos de carrera específicos, como Introducción al Periodismo, Radio, Televisión o Periodismo Interpretativo, entre otros, pues estos constituyen la base para la formación de un buen periodista.

En este sentido, el área de *Formación Profesional* contempla asignaturas propiamente periodísticas, vale decir, Introducción al Periodismo, Géneros Periodísticos, Periodismo Informativo, Radio y Televisión, entre otros. A ellos se suman Fotografía Periodística y asignaturas que llevan al futuro profesional a formarse en el ámbito de la institucionalidad de la profesión, la especialidad de la misma y que, finalmente, conozca el marco legal en que se desenvuelve el periodismo en el país.

Además, los cursos de Redacción son primordiales a la hora de formar una buena base para que, posteriormente, el alumno pueda desarrollar satisfactoriamente la escritura de sus notas en los diversos talleres de la carrera.



La rama de *Comunicación* fortalece el objetivo de formar un profesional con una visión empresarial de su actividad. Es por ello que parte con Teoría de la Comunicación, dando paso a una serie de ramos que -poco a poco- lo van introduciendo al área institucional. En este sentido, la línea que lleva hasta Comunicación Organizacional son requisitos fundamentales para seguir con Periodismo Institucional y RR.PP (paralelamente a la línea comunicacional), con el fin de que el estudiante tenga un conocimiento amplio de esta temática antes de verla en lo que respecta a la profesión.

*Ciencias Sociales* es la tercera área temática desarrollada en la propuesta de Periodismo. A diferencia de las universidades analizadas, donde ésta juega un rol fundamental, se ha establecido que para el alumno de la UTFSM será parte de una base que, si bien es fundamental, sólo lo orientará en, por ejemplo, lo que es Chile y el Mundo en la época Contemporánea, Economía, Filosofía, Literatura y Derecho.

En cuanto a *Formación General*, si bien en cantidad aparece con más ramos que las dos áreas descritas anteriormente, sólo tiene por objeto orientar al estudiante en ámbitos generales del conocimiento, tales como Informática, Actualidad, Administración de Empresa, Inglés y Deporte.

Finalmente, se ha incorporado a la malla curricular todo lo referente al *Proceso de Titulación*, pues es de vital importancia orientar al estudiante en este aspecto. Algo que no todas las universidades analizadas incorporan en su plan de estudios.

En resumen, el objeto de la siguiente propuesta es formar un profesional capaz de desenvolverse en la industria de las comunicaciones, ya sea a nivel mediático, institucional o independiente. Además, interesa que el periodista esté capacitado para entender el funcionamiento de la economía, por lo que se fortaleció el área de Gestión Empresarial, con el fin de que tenga todas las herramientas necesarias para tomar la iniciativa y formar su propia empresa.

En este sentido, las áreas de *Formación Profesional* y de *Comunicación* juegan un rol clave para llevar a cabo dicho objetivo.



La debilidad que se observó en el análisis de las mallas curriculares del resto de las universidades, tanto tradicionales como no tradicionales, es que enfocan al futuro profesional a trabajar exclusivamente en los medios informativos. Sin embargo, hoy el campo laboral en este sentido está demasiado restringido, por lo que se hace necesario preparar al estudiante para enfrentar un campo de acción diferente: el de las comunicaciones institucionales.

## *Acreditación*

De acuerdo a información proporcionada por la Comisión Nacional de Acreditación de Pregrado (CNAP)<sup>2</sup>, hasta la fecha no existen criterios de acreditación específicos para la carrera de Periodismo. Por esta razón, se acoge sólo a los criterios genéricos de evaluación.

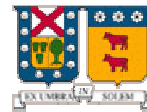
En este sentido, la propuesta académica para la UTFSM cumple con lo requerido en esta materia.

El cuarto criterio establecido por la CNAP sobre “Estructura Curricular” (y el cual se encuentra adjunto en los Anexos del presente informe), menciona que debe estar claramente definido el perfil del egresado, el plan de estudios de la carrera, la integración de actividades teóricas y prácticas (talleres), el desarrollo de tesis y proyectos como también la práctica profesional.

En cuanto al Plan de Estudios, la CNAP establece que debe integrar objetivos de aprendizaje referidos a la comunicación, pensamiento crítico, solución de problemas, interacción social, autoaprendizaje e iniciativa personal, formación y consistencia ética, pensamiento globalizado, formación ciudadana y sensibilidad estética. Todo lo anterior, está incluido en la propuesta académica de la carrera de Periodismo de la UTFSM.

---

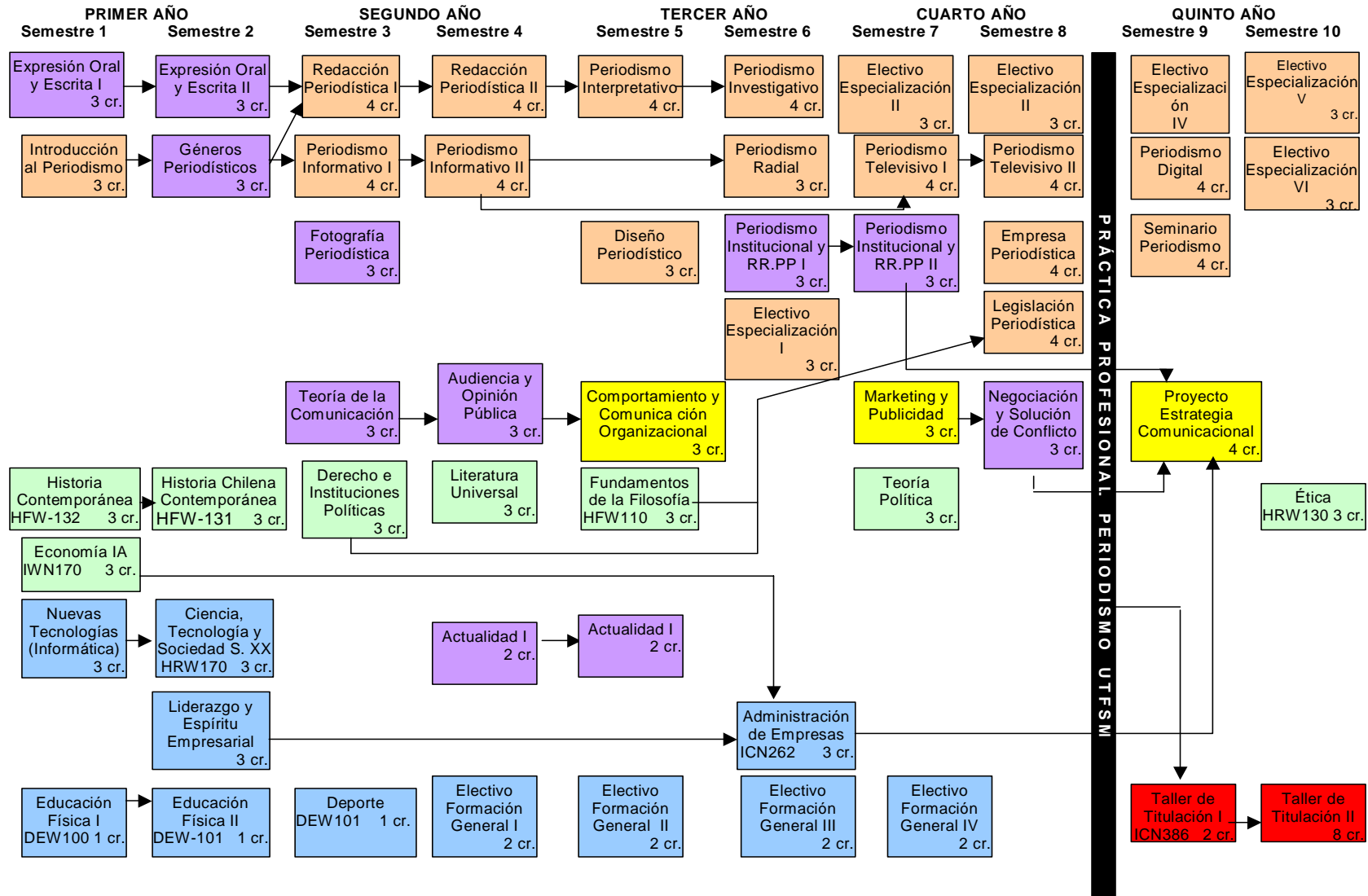
<sup>2</sup> Información otorgada por Verónica Briceño, a cargo del Departamento de Estudios y Apoyo Técnico de la CNAP.



## *Malla curricular Periodismo UTFSM*

A continuación, se indica una propuesta para lo que sería una malla de la carrera de Periodismo de la Universidad Técnica Federico Santa María.

# Proyecto carrera de Periodismo - UTFSM



Nº Asignaturas  
Créditos








6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	4	TOTAL
16	16	18	18	17	18	18	18	18	17	17	56
											173

\* Esquina inferior derecha: Nº de Créditos Asignaturas  
\* Esquina inferior izquierda: Sigla Asignatura

Examen y Defensa de Tesis de Grado  
Práctica Profesional: 3 meses consecutivos entre el 4º y 5º Año de la carrera.  
Examen de Tutoría de Inglés: Al término del 4º, 7º y 10º semestre.



**\* Detalle malla:**

	Área Formación Profesional
	Área Comunicación
	Área Ciencias Sociales
	Área Formación General
	Área Proceso de Titulación
	Asignaturas de Periodismo abiertas a otras carrera
	Práctica Profesional

De esta malla se desglosa que la mayoría de los ramos de *Formación Profesional* están relacionados entre sí, vale decir, gran parte de ellos son prerequisites unos de otros. En este sentido, los dos ramos de Primer Año (Expresión Oral y Escrita I e Introducción al Periodismo) son la base para tomar el resto de ramos carrera, a lo cual se agrega Redacción Periodística. Lo anterior, porque es necesario que el alumno tenga una buena escritura antes de comenzar a realizar notas periodísticas en talleres de Periodismo Informativo, Interpretativo, Radial o Televisivo, entre otros.

En el caso de las asignaturas de *Comunicación*, hay dos partes. La primera es la línea que va desde Teoría de la Comunicación hasta Comportamiento y Comunicación Organizacional, y la segunda va desde Marketing y Publicidad hasta Proyecto de Estrategia Comunicacional. Sin embargo, en este último ramo convergen dos áreas más; por un lado está Periodismo Institucional y RR.PP II y, por otro, Administración de Empresas, esto porque es una asignaturas de vital importancia a la hora de finalizar la formación corporativa del estudiante de Periodismo y, así, lograr el objetivo de formar un profesional capaz de desenvolverse en este ámbito (periodismo institucional).

En cuanto a la Práctica Profesional, ésta es prerequisite para tomar los ramos de Taller de Titulación, pues para desarrollar la Tesis de Grado se plantea como condición tener aprobada dicha actividad.



Y así sucede con el resto de ramos como el de Economía I A, que es pre requisito de Administración de Empresas. A su vez, de Derecho e Instituciones Políticas (semestre 7) se desprende Ética y Legislación Periodística.

- Interrelación con otras carreras

En cuanto a la interrelación con otras carrera, es posible observar que hay asignaturas que claramente pueden ser dictadas por otros Departamentos de la misma universidad. Es el caso de Historia Contemporánea; Historia Chilena Contemporánea; Ciencia, Tecnología y Sociedad en el siglo XX; Fundamentos de la Filosofía, Economía I A y Administración de Empresas, entre otras.

- Electivos de Especialización

La carrera de Periodismo de la UTFSM tendrá seis ramos de carácter “electivo” que se impartirán entre el sexto y el décimo semestre. El alumno podrá elegir entre 8 asignaturas, las que se podrán complementar a futuro.

- Electivos de Formación General

Asignaturas que el alumno debe enfatizar como complemento de su formación profesional. En este categoría se incluye los ramos de inglés.

- Asignaturas de Periodismo abiertas a otras carreras

La carrera de Periodismo tendrá 11 asignaturas abiertas a otras facultades de la Universidad Técnica Federico Santa María, con el fin de que alumnos de otras escuelas las incluyan en su plan de estudios.

Estas son: Expresión Oral y Escrita I y II, Géneros Periodísticos, Fotografía Periodística, Periodismo Institucional y Relaciones Públicas I y II, Teoría de la Comunicación, Audiencia y Opinión Pública, Negociación y Solución de Conflictos, y Actualidad I y II.



- Créditos

La carrera de Periodismo de la UTFSM tendrá 56 asignaturas, 1 Práctica Profesional y 3 exámenes de inglés que rendir. Así, el total de créditos es de 173.

A manera de síntesis, es posible observar que la mayor parte de las asignaturas está concentrada en lo que es el Área de *Formación Profesional*, la cual está orientada a entregar las herramientas básicas de la profesión. Dentro de ella, están las asignaturas “Electivas de Especialización” que pretenden finalizar la formación del estudiante para convertirlo en un profesional de las comunicaciones.

*Comunicación* está orientado, en este caso, a capacitar al estudiante en el ámbito de las comunicaciones tanto mediática como institucional. Vale decir, el futuro profesional estará apto para desempeñarse en cualquier área debido a sus amplios conocimientos empresariales y de relaciones públicas.

*Ciencias Sociales* está enfocada, más que todo, ha entregar las herramientas necesarias en el amplio campo del saber (política, economía, cultura, relaciones internacionales, entre otros).

*Formación General*, en tanto, incluye ramos de informática, economía y deportes, con el fin de entregarle al alumno una base sólida para entender su entorno.

Finalmente, en cuanto al *Proceso de Titulación*, y tal como indica su nombre, incluye aquellas asignaturas que se encargan de preparar al alumno en lo que será su Tesis de Grado.

## *Descripción asignaturas Periodismo UTFSM*

A continuación, se detalla una descripción de cada asignatura contemplada en el Plan de Estudios de la carrera de Periodismo de la Universidad Técnica Federico Santa María.



## **Semestre 1**

### *- Expresión Oral y Escrita I*

Esta asignatura pretende reforzar la formación idiomática en la Educación Media, por lo que entregará los conocimientos y destrezas en aspectos gramaticales y de expresión escrita. El curso se orienta a elevar las capacidades en este ámbito, con especial énfasis en la sintaxis, en la ortografía (literal, acentual y puntual) y en el perfeccionamiento del estilo. Requiere de ayudantía. Dos veces a la semana (3 créditos)

### *- Introducción al Periodismo*

En esta cátedra el alumno profundizará en el desarrollo de la historia del Periodismo, los grandes maestros y evaluará su vigencia, junto con iniciar informativos (talleres) y conocer a grandes rasgos las estructuras de los medios de comunicación. Requiere de ayudantía. Incluye taller. Dos veces a la semana (3 créditos)

### *- Historia Contemporánea*

Se presenta la historia contemporánea con una visión de conjunto de los grandes problemas mundiales surgidos en el transcurso del siglo XX. Se dará una visión objetiva del concepto de Democracia y de las Relaciones Internacionales. HFW-132. Dos veces a la semana (3 créditos)

### *- Economía I A*

Entregará herramientas de Economía a alumnos que no consideran esta ciencia dentro de su área de interés principal. Por lo tanto, sólo considerará los elementos básicos para analizar los principales problemas que plantea la actividad económica, en un país como Chile, desde la perspectiva de la micro y la macro



economía. Requiere de ayudantía. IWN-170. Una vez a la semana (3 créditos)

- *Nuevas Tecnologías (Informática)*

Esta asignatura entregará herramientas de tecnología de la información, mediante una revisión de los ambientes, programas computacionales y aplicaciones básicas en uso de la actividad periodística. Una vez a la semana (3 créditos)

- *Educación Física I*

Dividida en Damas y Varones. Cada uno desarrollará actividades distintas de acuerdo al programa establecido por el Departamento de Educación Física, Deportes y Recreación de la UTFSM. DEW-100. Una vez a la semana (1 crédito)

## **Semestre 2**

- *Expresión Oral y Escrita II*

Siguiendo con los conocimientos adquiridos durante Expresión Oral y Escrita I, este curso continuará tratando los aspectos gramaticales y de expresión escrita del alumno. Estará orientado a elevar las capacidades en este ámbito, con especial énfasis en la sintaxis, en la ortografía (literal, acentual y puntual) y en el perfeccionamiento del estilo. Requiere de ayudantía. Dos veces a la semana (3 créditos)

- *Géneros Periodísticos*

Este curso orientará al estudiante a diferenciar entre los diversos géneros que existen en el periodismo, los que derivan en las distintas formas o modos de escribir. Entre ellos destacan los géneros de Opinión, Informativos e Interpretativos. Dos veces a la semana (3 créditos)



*- Historia Chilena Contemporánea*

El alumno se interiorizará en la historia chilena del siglo XX., junto a antecedentes históricos y culturales. HFW-131. Dos veces a la semana (3 créditos)

*- Ciencia, Tecnología y Sociedad en el siglo XX*

Esta asignatura verá el tema de las ciencias sociales y ciencias exactas, en cuanto a su tratamiento y aproximación interdisciplinaria. Además, se introducirá en la ciencia, economía y sociedad entre los años 1750 y 1859, de acuerdo a su comportamiento y relaciones en Europa. Otros temas son la Revolución Industrial en el paradigma "centro-periferia", y América Latina, 1850-1980: recepción de la "modernidad", dinámica "modelos culturales" e historia. HRW-170. Dos veces a la semana (3 créditos)

*- Liderazgo y Espíritu Empresarial*

Este ramo permitirá al alumno comprender el rol y motivación empresarial. Llevará a los alumnos a ser capaces de comprender los factores críticos de éxito en el proceso empresarial, especialmente el liderazgo. Dos veces a la semana (3 créditos)

*- Educación Física II*

Dividida en Damas y Varones. Cada uno desarrollará actividades distintas de acuerdo al programa establecido por el Departamento de Educación Física, Deportes y Recreación de la UTFSM. DEW-101. Una vez a la semana (1 crédito)

### **Semestre 3**

*- Redacción Periodística I*

El curso de Redacción Periodística I tendrá como objetivo iniciar a los alumnos en textos informativos; ello incluye una revisión de textos y noticias y el aprendizaje



de habilidades necesarias para confeccionar notas informativas, entrevistas, resúmenes, titulares y otros instrumentos básicos del periodismo escrito. Requiere de ayudantía y taller. Dos veces a la semana (4 créditos)

*- Periodismo Informativo I*

A través de este curso, el alumno conocerá, distinguirá y aplicará los conceptos sobre los que se sustenta este género periodístico; sus estructuras de redacción; las diferentes unidades o textos que puede escribir un profesional y las diferencias que existen según el medio de comunicación en el que se aplique. Requiere ayudantía y taller. Dos veces a la semana (4 créditos)

*- Fotografía Periodística*

Otorgará una real valorización y expondrá la importancia de la fotografía de prensa, considerando aspectos históricos en cuanto a su desarrollo y efectos en la sociedad, con el propósito de favorecer una adecuada identificación entre la fotografía y los medios de comunicación. Además, buscará que los alumnos sean capaces de otorgar valor comunicacional a la foto de prensa y que desarrollen habilidades de manejo y control técnico al momento de captar una imagen. Requiere taller. Dos veces a la semana. (3 créditos)

*- Teoría de la Comunicación*

El alumno se iniciará en el conocimiento de los modelos informativos y comunicacionales, y comparará los aportes y los límites de cada uno. Desarrolla el punto de vista del emisor y distingue entre las diferentes escuelas o tendencias comunicacionales con el fin de entender este ámbito. Dos veces a la semana (3 créditos)



*- Derecho e Instituciones Políticas*

Orientado a entregar conocimientos referentes a la estructura del estado, sus diferentes poderes (ejecutivo, legislativo y judicial) y a las intensas norma jurídicas que regulan estos procesos. Dos veces a la semana (3 créditos)

*- Deporte*

El alumno podrá reconocer y ejecutar los fundamentos técnicos básicos individuales y tácticos combinados con un deporte a elección. Así, podrá reconocer y comentar las principales faltas y sanciones del reglamento del deporte elegido. Estará sujeto a lo dictado por el Departamento de Educación Física, Deportes y Recreación de la UTFSM. DEW-110 a DEW-125. Una vez a la semana (1 crédito)

**Semestre 4**

*- Redacción Periodística II*

La asignatura de Redacción Periodística II tendrá como objetivo profundizar en materia de textos informativos; ello incluye una revisión de textos y noticias y el aprendizaje de habilidades necesarias para confeccionar notas informativas, entrevistas, resúmenes, titulares y otros instrumentos básicos del periodismo escrito. Requiere de ayudantía. Dos veces a la semana (4 créditos)

*- Periodismo Informativo II*

Este curso dará una aproximación real al ejercicio periodístico, por lo que pondrá énfasis en la aplicación práctica de los conceptos y habilidades adquiridos durante la primera parte del curso de Periodismo Informativo. El alumno deberá dominar las técnicas del reporteo, investigación, búsqueda y selección de las fuentes. Requiere de ayudantía y taller. Dos veces a la semana (4 créditos)



*- Audiencia y Opinión Pública*

Analizará los fenómenos que dan lugar a la formación de la opinión pública en nuestro medio y las tensiones e impactos que recibe del contexto global. Además, reflexionará en torno a la dimensión social que tienen los medios de comunicación y la participación de cada uno de los actores. Dos veces a la semana (3 créditos)

*- Literatura Universal*

El alumno se interiorizará en el análisis y discusión del valor expresivo de las recreaciones de la literatura. Se verán sus distintas manifestaciones teniendo en cuenta los criterios temáticos formales que justifican la obra inspirada en el estímulo literario. Dos veces a la semana (3 créditos)

*- Actualidad I (Política y Economía)*

Entregará una visión general de los acontecimientos a nivel nacional en el ámbito político y económico, además de su respectivo proceso de análisis. Una vez a la semana (2 créditos)

*- Electivo de Formación General I*

El alumno elegirá una de las asignaturas impartidas por el Departamento de Estudios Humanísticos u otro equivalente. Una vez a la semana (2 créditos)

**Semestre 5**

*- Periodismo Interpretativo*

Este curso reforzará el concepto de ensayo en la crónica y reportaje interpretativos (talleres). El programa del curso incluye las lecturas de autores clásicos del periodismo. El alumno trabajará para desarrollar el instinto periodístico; así quedará capacitado no sólo para informar, sino para interpretar las implicancias de



un hecho social. Requiere de ayudantía y taller. Tres veces a la semana (4 créditos)

*- Diseño Periodístico*

Formará al estudiante en la aplicación racional de los elementos y técnicas del diseño periodístico, con el fin de que participe en los procesos de edición y posibilite un mensaje periodístico claro, sencillo y creativo. Dos veces a la semana (3 créditos)

*- Comportamiento y Comunicación Organizacional*

Esta asignatura orientará a los alumnos a la creación de las condiciones necesarias para desarrollar proyectos de comunicación en organizaciones públicas o privadas, destinados al mejoramiento tanto de las relaciones internas como externas de la organización, y de ésta con su entorno, aplicando conocimientos teóricos a un caso real, de acuerdo a procedimientos y metodologías analizadas en los cursos del área precedentes. Dos veces a la semana (3 créditos)

*- Fundamentos de la Filosofía*

Este ramo verá los problemas de la definición de Filosofía, los puntos de vista filosóficos, la evolución histórica de la filosofía, su relaciones con otras disciplinas. Y enfocará a la filosofía como saber reflexivo y como forma de vida. HFW-110 Una vez a la semana (3 créditos)

*- Actualidad II (Internacional)*

Entregará una visión general de los acontecimientos a nivel internacional en diversos ámbitos (político, económico, social, etc.) y, además, verá su respectivo proceso de análisis. Una vez a la semana (2 créditos)



*- Electivo de Formación General II*

El alumno elegirá una de las asignaturas impartidas por el Departamento de Estudios Humanísticos u otro equivalente. Una vez a la semana.

**Semestre 6**

*- Periodismo Investigativo*

En este curso se verá el reporteo como técnica básica de investigación periodística, se profundizará en la relevancia de la investigación en el reportaje y se analizarán distintas técnicas de investigación periodística, las que además son aplicadas. Requiere taller. Tres veces a la semana (4 créditos)

*- Periodismo Radial*

Esta asignatura capacitará al alumno para desempeñarse en el departamento de prensa de una radioemisora, lo que supone -entre otras- el desarrollo de las siguientes habilidades y competencias: escribir para programas periodísticos radiales, practicar el reporteo, producción periodística, edición, lectura de noticias, y entrevistas informativa y de profundidad; manejar el lenguaje radiofónico y la estructura organizacional de un departamento de prensa junto con la tecnología básica para la producción de programas periodísticos. Requiere taller. Dos veces a la semana (3 créditos)

*- Periodismo Institucional y Relaciones Públicas I*

En esta asignatura los alumnos deberán comprender, analizar y criticar, el rol que cumplen las Relaciones Públicas en las organizaciones modernas; elaborar planes de Relaciones Públicas para distintos tipos de organizaciones; identificar mecanismos que permitan evaluar la aplicación de estos planes; aprender a generar canales adecuados para mejorar la comunicación interna y externa,



además de conocer y aplicar el reglamento vigente de ceremonial público y protocolo. Dos veces a la semana (3 créditos)

*- Electivo de Especialización I*

El alumno podrá elegir una de las alternativas ofrecidas por la carrera de Periodismo. Dos veces a la semana (3 créditos)

*- Administración de Empresas*

La asignatura logrará conceptualizar integral y sistemáticamente la problemática organizacional y su gestión en una empresa, como también comprender la relevancia de técnicas de liderazgo y trabajo en equipo. Para ello, el curso se enfocará en la organización y su entorno, la empresa y sus áreas, la gestión de la misma, y los cambios y desafíos a futuro. ICN-262 Dos veces a la semana (3 créditos)

*- Electivo de Formación General III*

El alumno elegirá una de las asignaturas impartidas por el Departamento de Estudios Humanísticos u otro equivalente. Una vez a la semana.

## **Semestre 7**

*- Periodismo Televisivo I*

Este curso introducirá a los alumnos en los conocimientos y práctica del lenguaje y narrativa audiovisuales (teoría y taller). Ello está referido al concepto de "contar historias con imágenes", haciendo uso de metodologías de producción audiovisual, recreaciones o actuaciones, y composición narrativa. Se pretende un manejo acabado de los recursos conceptuales y una habilidad en el manejo de los equipos técnicos con que cuenta el área (cámaras de video, islas editoras, iluminación y audio). Requiere taller. Tres veces a la semana (4 créditos)



*- Periodismo Institucional y Relaciones Públicas II*

Continuando con lo analizado en el semestre 6, en esta asignatura los alumnos deberán comprender, analizar y criticar, el rol que cumplen las Relaciones Públicas en las organizaciones modernas; elaborar planes de Relaciones Públicas para distintos tipos de organizaciones; identificar mecanismos que permitan evaluar la aplicación de estos planes; aprender a generar canales adecuados para mejorar la comunicación interna y externa, además de conocer y aplicar el reglamento vigente de ceremonial público y protocolo. Dos veces a la semana (3 créditos)

*- Electivo de Especialización II*

El alumno podrá elegir una de las alternativas ofrecidas por la carrera de Periodismo. Una vez a la semana (3 créditos)

*- Marketing y Publicidad*

Al finalizar el curso el alumno tendrá una visión de los conceptos del proceso de intercambio empresa-cliente que le permitan planificar y poner en práctica a nivel gerencial la estrategia comercial de la empresa. Dos veces a la semana (3 créditos)

*- Teoría Política*

El alumno conocerá algunos de los principales textos que han constituido aportes sustanciales en la trayectoria del pensamiento político en el ámbito de la cultura occidental. El curso pretende desarrollar en el estudiante habilidades analíticas en materias políticas, y estimular la precisión en el uso del lenguaje crítico y fomentar la capacidad discursiva. Dos veces a la semana (3 créditos)



*- Electivo de Formación General IV*

El alumno elegirá una de las asignaturas impartidas por el Departamento de Estudios Humanísticos u otro equivalente. Una vez a la semana (2 créditos)

**Semestre 8**

*- Periodismo Televisivo II*

El curso-taller se enfocará a los elementos conceptuales y prácticos del periodismo televisivo en sus tres géneros (informativo, interpretativo y de opinión), y en los formatos de notas y reportajes para noticieros televisivos. El objetivo es que los alumnos dominen las técnicas y particularidades del lenguaje audiovisuales centrado en la labor periodística. También se entregarán nociones básicas del formato documental como una forma de explorar otras variantes de la función periodística en televisión. Tres veces a la semana (4 créditos)

*- Empresa Periodística*

Esta asignatura pondrá en contacto al alumno con la realidad de la empresa informativa, ámbito en el que desarrollará su trabajo en un futuro cercano. Dos veces a la semana (4 créditos)

*- Legislación Periodística*

Esta asignatura recoge la problemática sobre el derecho a la información y legislación nacional e internacional, para entregar herramientas útiles al entendimiento del marco jurídico en que se desarrolla el derecho del público a la información. Dos veces a la semana (4 créditos)

*- Electivo de Especialización III*

El alumno podrá elegir una de las alternativas ofrecidas por la carrera de Periodismo. Una vez a la semana (3 créditos)



*- Negociación y Solución de Conflictos*

Brindará a los estudiantes los elementos teórico-prácticos necesarios para el manejo del conflicto y compartirá algunas habilidades de comunicación básicas para enfrentar procesos normales de negociación. Dos veces a la semana (3 créditos)

**Semestre 9**

*- Periodismo Digital I*

Esta asignatura introducirá al alumno en un lenguaje multimedial, así como en conceptos básicos de percepción y estética. También incluirá una revisión de programas computacionales de diseño y edición de páginas web. Requiere taller. Dos veces a la semana (4 créditos)

*- Seminario de Periodismo*

A través de este curso, el estudiante tendrá la oportunidad de profundizar en distintas áreas del periodismo, de acuerdo a una amplia gama de posibilidades (periodismo político, ecológico, económico, cultural, deportivo, electrónico, etc.). Todo lo anterior, de acuerdo a la disponibilidad y oferta académica. Dos veces a la semana (4 créditos)

*- Electivo de Especialización IV*

El alumno podrá elegir una de las 8 alternativas impartidas por la carrera de Periodismo. Una vez a la semana (3 créditos)

*- Proyecto de Estrategia Comunicacional*

En esta asignatura, el alumno deberá desarrollar un programa de comunicación integral (interno y externo), aplicando los conocimientos adquiridos durante todo el desarrollo de su carrera en cursos como Teoría de la Comunicación,



Comportamiento y Comunicación Organizacional, Marketing y Publicidad, y Periodismo Institucional y RR.PP, entre otros. Es un curso práctico en que, bajo la tutoría de un profesor, se tomará a una institución pública o privada y se le desarrollará el programa antes mencionado. Dos veces a la semana (4 créditos)

*- Taller de Titulación I*

Con el fin de que el alumno defina su Tesis de Grado en términos de objetivos, alcance, base metodológica, plan de trabajo y bibliografía relacionada, este curso le entregará las herramientas básicas para que libremente desarrolle investigaciones individuales y grupales, que ponen en juego su capacidad de recoger información pertinente para armar marcos teóricos específicos a los objetivos e hipótesis de la investigación. Para ello, conocerá investigaciones hechas en Chile y Latinoamérica y aprenderá criterios para evaluar las investigaciones realizadas en el ámbito del periodismo y de la comunicación social. ICN-386. Dos veces a la semana (2 créditos)

**Semestre 10**

*- Electivo de Especialización V*

El alumno podrá elegir una de las alternativas ofrecidas por la carrera de Periodismo. Una vez a la semana (3 créditos)

*- Electivo de Especialización VI*

El alumno podrá elegir una de las alternativas ofrecidas por la carrera de Periodismo. Una vez a la semana (3 créditos)



- *Ética*

Este curso intentará analizar los fundamentos y contenidos de la ética para demostrar cómo toda la actividad humana, sea individual, social o profesional, tiene un significado moral. HRW-130. Dos veces a la semana (3 créditos)

- *Taller de Titulación II*

El estudiante realizará presentaciones del avance y defensa final de su Tesis de Grado considerando al menos las siguientes actividades: Identificación de la situación a estudiar, investigación de herramientas de soporte metodológico, definición de estrategias y planes de acción, aplicación y evaluación, y conclusiones. Previo al inicio de la asignatura, el alumno deberá presentar una propuesta de tema de trabajo de título considerando los antecedentes y fechas definidas. Dos veces a la semana (8 créditos)

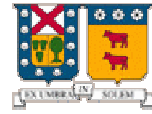
- Asignaturas Electivas de Especialidad

- *Periodismo Digital*

El alumno reforzará en el estudio del lenguaje multimedial. Constará, también, de la revisión de programas computacionales de diseño y edición de páginas web. (3 créditos)

- *Periodismo de Opinión*

Orientará al alumno en cuanto a las razones históricas y culturales que dan origen y vigencia al género periodístico de Opinión. Se verán conceptos teóricos que sustentan la modalidad del género y se elaborarán artículos. (3 créditos)



*- Periodismo Científico*

En este curso, los estudiantes aprenderán a traducir el lenguaje de la ciencia al de los medios de comunicación y los miembros de la comunidad científica podrán aprender a difundir su trabajo a nivel masivo.

*- Periodismo Económico*

Esta línea de especialización busca dotar al futuro profesional de un conocimiento en profundidad en lo que es el Periodismo Económico. Se analizará la Economía Nacional, la Globalización Económica y la información Económica Actual. (3 créditos)

*- Periodismo de Arte, Cultura y Espectáculos*

El alumno se interiorizará en el mundo del arte, la cultura y el espectáculo, con el fin de adquirir el conocimiento necesario para realizar críticas en los diversos ámbitos descritos. (3 créditos)

*- Comunicación Corporativa*

Está enfocada a la profundización de los conocimientos de distintas herramientas y recursos que determinan las nuevas tendencias en materia de comunicación estratégica, tales como identidad, imagen y reputación corporativa, manejo de crisis y responsabilidad social. (3 créditos)

*- Metodología de la Investigación de la Opinión Pública*

El objetivo es que alumno adquiera las herramientas necesarias para realizar encuestas, mediciones y estadísticas derivadas con el fin de profundizar lo analizado en el curso de Audiencias y Opinión Pública. (3 créditos)



*- Cine y Lenguaje Audiovisual*

Historia del cine y sus técnicas. Nociones elementales de la realización cinematográfica y análisis de filmes. (3 créditos)

- Práctica Profesional

El estudiante deberá realizar su práctica profesional durante tres meses consecutivos en un medio de comunicación (diarios, revistas, televisión, radio y/o medios digitales) o institucional (áreas de comunicaciones o de marketing de una empresa), entre el cuarto y quinto año de su carrera.

- Idioma Inglés

Se ha considerado como requisito para obtener el grado de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, el aprobar dos exámenes de Suficiencia en Inglés al término del séptimo semestre; y para titularse, tres a fines del décimo. Esto permitirá al alumno un nivel de conocimientos, comprensión y escritura equivalentes a las evaluaciones para proseguir estudios en el extranjero. La autoridad académica de la USM seleccionará las pruebas de suficiencia en inglés reconocidas internacionalmente y los correspondientes organismos encargados de su evaluación<sup>3</sup>. Asimismo, determinará el puntaje o nota correspondiente a cada uno de los niveles exigidos. Los alumnos, en tanto, podrán escoger la prueba que medirá su nivel de dominio en inglés.

Para asegurar el logro del objetivo en dicho idioma, debe considerarse su evaluación en tres momentos distintos de la carrera: 4<sup>o</sup>, 7<sup>o</sup> y 10<sup>o</sup> semestres. Cada etapa debe contemplar un nivel de dificultad mayor que el anterior, desde el nivel más básico, siendo éste la capacidad del alumno para leer y comprender documentos en inglés; y el nivel más alto, aquel que le permita proseguir estudios

---

<sup>3</sup> Toefel o Cambridge, por ejemplo.



en universidades extranjeras. No obstante, será la autoridad académica de la USM, quien establezca los puntajes de la prueba correspondiente y de cada nivel.

Si el alumno reprueba una de las etapas, el área de inglés de la USM establecerá un sistema de estudio que le permita aprobar la próxima oportunidad de evaluación. Además, tiene la posibilidad de inscribirse a través de los Electivos de Formación General, en los cursos de inglés que semestralmente ofrece el Departamento de Estudios Humanísticos de la USM.

Si el alumno en las primeras evaluaciones demuestra un dominio suficiente del idioma inglés y, por tanto, alcanza el nivel más alto, se le eximirá de las siguientes evaluaciones.

- Examen de Grado

Una vez entregada y aprobada la Tesis de Grado (en su versión escrita), el alumno deberá realizar una defensa de la misma ante la Comisión respectiva que estipule la UTFSM.

El alumno tendrá que exponer su trabajo, a lo que se sumará una ronda de pregunta por parte de la comisión.



## ***Análisis Otras Universidades***

Si bien el análisis a otras universidades se hace a lo largo de todo este estudio, a manera de resumen es posible mencionar que la debilidad que se observó en ellas es que tanto las universidades tradicionales como las no tradicionales enfocan al alumno a trabajar exclusivamente en los medios informativos.

No obstante, el campo laboral que hoy se ofrece para el periodista no está sólo en los medios de comunicación (radio, televisión, diarios, medios digitales), sino que en otras áreas, como la institucional.

Tomando en cuenta esta realidad, la malla de la Universidad Técnica Federico Santa María preparará al futuro profesional para enfrentar un campo de acción diferente: el de las comunicaciones corporativas.

Si bien no se deja de lado lo netamente periodístico (Formación Profesional), la UTFSM ofrecerá una serie de ramos orientados a este respecto, algo que en el análisis realizado a otras casas de Estudios Superiores no contempla la importancia que realmente debería tener.

De acuerdo al estudio realizado, a continuación entregamos un análisis comparativo de la carrera de Periodismo de la Universidad Técnica Federico Santa María y el resto de las universidades contempladas en el informe.

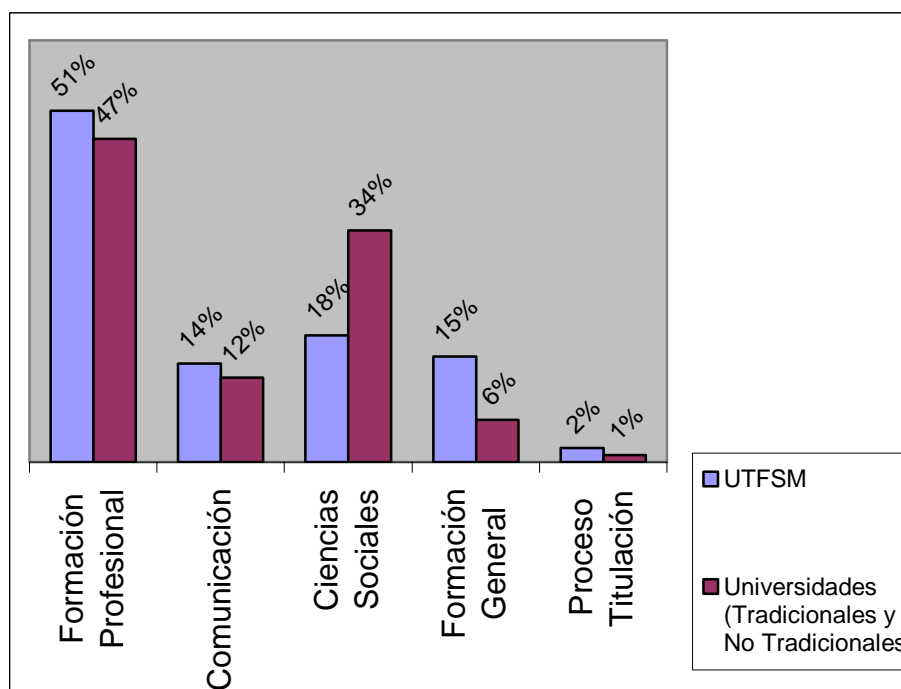
Cabe destacar que para indicar los resultados, se consideraron los datos arrojados por la UTFSM en contraste con el total de los datos obtenidos tanto en universidades tradicionales como no tradicionales, lo que se consideró como uno solo.



*Porcentaje horas de clases lectivas por Área Temática UTFSM v/s total porcentaje universidades (tradicionales y no tradicionales)*

Lo siguiente es una comparación entre el total que arrojó el estudio de las universidades tradicionales y no tradicionales versus la propuesta de la Universidad Técnica Federico Santa María, en cuanto al porcentaje de horas lectivas asignadas a las diversas áreas temáticas durante el Plan de Estudios respectivo.

Gráfico N°30.- Porcentaje Horas clases lectivas carrera de Periodismo UTFSM v/s Universidades (tradicionales y no tradicionales) por Área Temática



Fuente: Elaboración propia

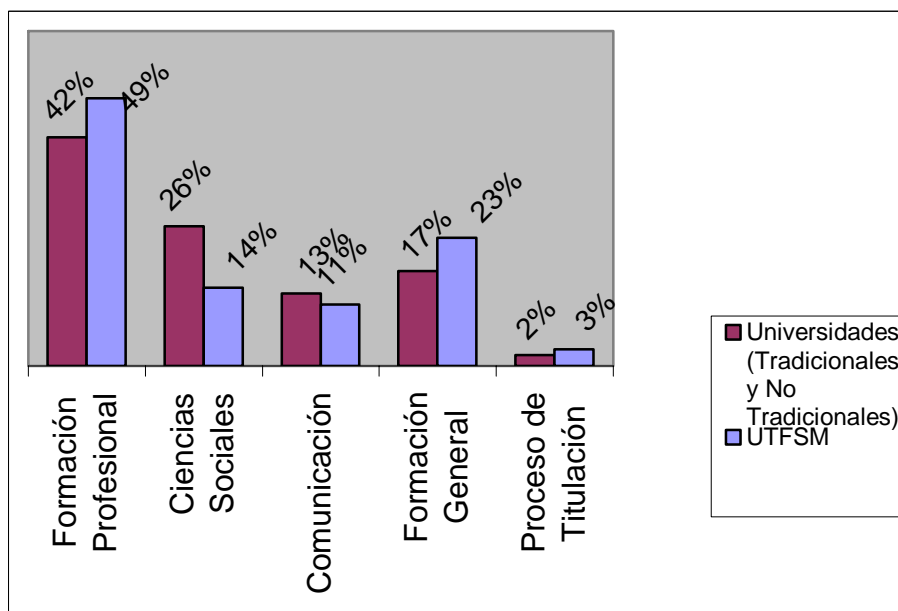


De acuerdo a lo que es posible observar, la cantidad de horas asignadas por Área Temática en las universidades (tradicionales y no tradicionales) va en orden descendente. Sin embargo, la UTFSM las muestra de una forma más equilibrada.

Cabe destacar que se analizaron, en el caso de la UTFSM, 2.328 horas de clases lectivas. En tanto, el total de horas estudiadas en el resto de las universidades (tradicionales y no tradicionales) fue de 20.832.

*Porcentaje número de asignaturas designado a cada Área Temática: UTFSM v/s universidades (tradicionales y no tradicionales)*

Gráfico N°31.- Porcentaje N° Asignaturas por Área Temática Carrera de Periodismo Universidades (tradicionales y no tradicionales)



Fuente: Elaboración propia



Como se puede observar, el promedio en porcentaje de la cantidad de ramos que se contemplan en la malla curricular de la UTFSM está por sobre lo que ofrecen las universidades analizadas (donde se unió el total de las universidades tradicionales más el total de las universidades no tradicionales) en lo que respecta a *Formación Profesional, Formación General y Proceso de Titulación*.

En cuanto a la cantidad de asignaturas, la UTFSM está al nivel de lo que ofrece, por ejemplo, la Universidad de Chile, la Universidad de Santiago de Chile, la Universidad Católica de Valparaíso, la Universidad Andrés Bello, la Universidad de Viña del Mar y la Universidad del Desarrollo.



## Conclusiones

Desde el punto de vista académico, existe una oportunidad real de situar en el mercado una carrera de Periodismo que ofrezca una amplia formación profesional, la que hoy está siendo demandada por parte de los medios de comunicación y las instituciones públicas y privadas (periodismo institucional).

Tal como se ha mencionado a lo largo de esta investigación, la debilidad del resto de las universidades es que ponen énfasis sólo en la formación informativa, vale decir, preparan al futuro profesional para trabajar sólo en los medios de comunicación (radio, televisión, diarios), mientras que la oportunidad real está en ofrecer un conocimiento más amplio, que permita al futuro periodista desarrollarse no sólo en este ámbito, sino que también en el áreas de las comunicaciones institucionales o de asesorías periodísticas.

Si bien actualmente existen 38 universidades que imparten esta carrera en el país, plantear una propuesta académica diferente justifica la idea de abrirla en la UTFSM. La ventaja principal de este hecho es la oportunidad de crear un plan de estudios de acuerdo a la demanda que hoy existe en el mercado y ser capaces de entregar profesionales acorde a este hecho.



# CAPITULO III

## ESTUDIO LOGÍSTICO

### Introducción

Este estudio logístico y operacional, determina los recursos asociados al levantamiento de la carrera de Periodismo dentro de la Universidad Santa María.

Sobre la base de la malla propuesta en el Análisis Académico, se determinaron todos los recursos necesarios, tanto humanos como materiales, para un horizonte de 10 años. Todas las proyecciones se realizaron considerando una base de ingreso de 60 alumnos año a año, lo que según el estudio de mercado, corresponde a la demanda que satisfecería la Universidad Santa María.

Así se determinó la cantidad de salas requeridas para clases y ayudantías, el número y características de los talleres, oficinas para los profesores, e instalaciones varias. También se determinó la cantidad de profesores, tanto Part Time como Full Time, de ayudantes y de personal de servicio para el buen funcionamiento de la carrera.



## Consideraciones previas

### ***Cantidad de alumnos***

Se considera que la cantidad de vacantes ofrecidas por la universidad Santa María para la carrera de periodismo será de sesenta alumnos, con una tasa de ocupación del 100%, de acuerdo a lo determinado en el estudio de mercado, Se determinó, a partir información de las universidades tradicionales de la Región Metropolitana y de la Quinta Región, que la tasa de retención de primer año en promedio es de 85%. Además, se consideró que a partir de segundo año la tasa de deserción es de 4% y caerá un 1% anual dentro del avance de la carrera.

### ***Profesores***

En este punto se analizó la cantidad de profesores necesarios para dictar la carrera de periodismo en la Universidad Santa María de acuerdo a la malla planteada en el estudio curricular.

Se estudió la cantidad de profesores Full Time (profesores de planta) y cuantos profesores Part Time serán necesarios de acuerdo a los requerimientos de la carrera y de cada ramo en particular. Cada profesor Full Time deberá dictar como mínimo 4 ramos de la carrera anualmente.

Para los profesores Full Time (FT) se consideró partir en el primer año con 2 de ellos. Dentro de estos 2 profesores FT para el primer año se considera uno que deberá ejercer el cargo de jefe de carrera.



A partir del segundo año se irá aumentando en 1 el número de profesores FT hasta el año 5, en el cual se estará dictando completamente la carrera. Así se llegará al quinto año a un total de 6 profesores FT.

A continuación, en la tabla N° 6 se presenta un resumen de la cantidad de ramos que serán dictados por profesores Full Time y otras asignaturas dictadas en cada uno de los años del horizonte de evaluación.

La cantidad de profesores Part Time, no se especifica ya que lo importante en este caso no es el número de profesores PT sino que la cantidad de ramos que deberán dictar profesores de este tipo ya que el pago se realizará por ramo dictado.

Tabla N° 6: Detalle del número de profesores requeridos por la carrera de periodismo por año

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>Asign. Profesor Full Time</b>	6	8	10	13	19	19	19	19	19	19
<b>Otras Asignaturas</b>	6	15	23	30	33	33	33	33	33	33
<b>N° Profesores Full Time</b>	2	3	4	5	6	6	6	6	6	6

Fuente: Elaboración propia

## **Secretaria**

La carrera de periodismo requerirá de una secretaria que deberá encargarse de todos los aspectos relacionados con dicha carrera. Esta secretaria deberá ser contratada en el primer año del horizonte de evaluación correspondiente al primer año en que se dicta la carrera.



## ***Asistente de talleres***

El asistente de talleres deberá encargarse de mantener en buen funcionamiento los talleres de Fotografía Periodística, Periodismo Radial y Periodismo Televisivo.

Este asistente deberá tener conocimientos respecto a los equipos y materiales utilizados en los 3 talleres mencionados. Deberá servir de apoyo al desarrollo de los respectivos talleres cuando se dicte el ramo relacionado.

El asistente de talleres deberá ser contratado a partir del segundo año, año en el cual se necesitará, de acuerdo a la malla, el taller de Fotografía Periodística. A partir del tercer año el asistente de talleres deberá encargarse del taller de Periodismo Radial y, a partir del cuarto año deberá encargarse también del taller de Periodismo Televisivo.

## ***Ayudantes***

Para la mayoría de los ramos de la carrera de Periodismo se hará necesario contar con un ayudante. Este ayudante puede ser ayudante de cátedra-corrección o de corrección de acuerdo a los requerimientos de cada asignatura. Cuando la ayudantía sea de contacto, se hará necesario contar salas de clases.

A estos ayudantes se les pagará de acuerdo al sistema establecido por la universidad de becas de ayudantía.

En la tabla N° 7 se presenta un resumen de los ayudantes, tanto de cátedra-corrección como de corrección, requeridos por la carrera de periodismo a lo largo del horizonte de evaluación del proyecto.



Tabla N° 7: Resumen de ayudantes requeridos por la carrera de periodismo por año

	Ayudantes Cátedra - Corrector		Ayudantes Corrector		Total	
	Primer Semestre	Segundo Semestre	Primer Semestre	Segundo Semestre	Primer Semestre	Segundo Semestre
Año 1	1	0	4	5	5	5
Año 2	2	1	7	9	9	10
Año 3	3	2	11	12	14	14
Año 4	4	3	14	15	18	18
Año 5	4	3	18	18	22	21
Año 6	4	3	18	18	22	21
Año 7	4	3	18	18	22	21
Año 8	4	3	18	18	22	21
Año 9	4	3	18	18	22	21
Año 10	4	3	18	18	22	21

Fuente: Elaboración propia



## Infraestructura

### *Salas de clases*

Las salas de clases deben ser para 60 alumnos (lo que puede variar dependiendo del número de inscritos en cada asignatura) y deben contar todas con implementos audiovisuales tales como:

- Proyector
- Computador
- Telón de proyección
- Pizarra

Cada asignatura, de acuerdo a sus requerimientos, contará con un número de terminado de horas de cátedra y ayudantía de contacto a la semana. La estimación se realizó sobre la base de bloques sala necesarios semanalmente para cada ramo. A partir de esto se determinó el número de bloques totales de sala que se requerirán semanalmente semestre a semestre para dictar adecuadamente la carrera dentro de la Universidad. Esta evaluación se realizó para el horizonte de 10 años de evaluación del proyecto. Durante los primeros 5 años el número de bloques de sala requeridos van en aumento ya que año a año se comienzan a dictar nuevas asignaturas. Pero a partir del quinto año el número de bloques sala requeridos se estabiliza ya que la carrera se encuentra en pleno funcionamiento.



En la tabla N° 8 se presenta un cuadro resumen de los bloques de sala para cátedra y ayudantía requeridos por semana para cada semestre dentro de los 10 años del horizonte de evaluación.

Tabla N° 8: Bloques sala requeridos por semestre por la carrera de periodismo para el horizonte de evaluación.

Bloques de sala semanales	Cátedra		Ayudantía	
	Primer Semestre	Segundo Semestre	Primer Semestre	Segundo Semestre
Año 1	10	10	1	0
Año 2	18	19	2	1
Año 3	29	28	3	2
Año 4	38	37	4	3
Año 5	47	44	4	3
Año 6	47	44	4	3
Año 7	47	44	4	3
Año 8	47	44	4	3
Año 9	47	44	4	3
Año 10	47	44	4	3

Fuente: Elaboración propia



## *Taller*

Algunas asignaturas de la malla de la carrera de periodismo requieren que, además de las horas de cátedra, se dicten horas de taller. Los talleres a realizar corresponden a:

- Taller de Periodismo Informativo I
- Taller de Periodismo Informativo II
- Taller de Fotografía Periodística
- Taller de Periodismo Interpretativo
- Taller de Periodismo Radial
- Taller de Periodismo Televisivo I
- Taller de Periodismo Televisivo II
- Taller de Periodismo Digital I
- Taller de Periodismo Digital II

Estas asignaturas necesitan de los siguientes espacios físicos para el desarrollo de sus talleres:

- Sala de computación
- Taller de Fotografía
- Taller de Radio
- Taller de Televisión

Esto se puede apreciar en la tabla N° 9.



Tabla N° 9: Ramos que requieren talleres dentro de la carrera de periodismo y tipo de taller requerido.

Taller por ramo	Espacio físico
Taller de Periodismo Informativo I	Sala de Computación
Taller de Fotografía Periodística	Taller de Fotografía
Taller de Periodismo Informativo II	Sala de Computación
Taller de Periodismo Interpretativo	Sala de Computación
Taller de Periodismo Radial	Taller de Radio
Taller de Periodismo Televisivo I	Taller de Televisión
Taller de Periodismo Televisivo II	Taller de Televisión
Taller de Periodismo Digital I	Sala de Computación
Taller de Periodismo Digital II	Sala de Computación

Fuente: Elaboración propia

Cada taller tiene requerimientos especiales de material de acuerdo a sus características. Los talleres de Fotografía, Radio y Televisión tendrán un mismo encargado para los tres.

### *Sala de computación*

Deberá contar con un mínimo de 30 computadores para el desarrollo de trabajos en programas de redacción y diseño. De deberá contar con las licencias de software requeridas para cada uno de los ramos. Estas licencias serán determinadas al construir los planes de cada ramo en particular.

Además se deberá contar con un proyector de video y telón, un computador para el profesor y pizarra.

Esta sala deberá estar implementada en el primer año del proyecto.

La capacidad de la sala deberá ser de 60 personas, con 2 personas por computador.



### *Taller de fotografía*

El taller de fotografía deberá contar con todos aquellos equipos y materiales que permitan estudiar y desarrollar el revelado de fotografías. Este taller deberá estar en funcionamiento en el segundo año de la implementación de la carrera. Dentro de estos equipos y materiales se encuentran:

- Sala oscura para llevar a cabo el proceso de revelado.
- Máquina fotográfica convencional (3)
- Máquina fotográfica digital (3)
- Laboratorio de revelado color e insumos.
- Computador para manejo de fotografías (2)

Se deberá contar con un pequeño número de cámaras, tal como se indica, para ser facilitadas a los alumnos. Sin embargo cada alumno debiera tener una cámara personal para la asignatura.

### *Taller de radio*

El taller de radio deberá contar con todos aquellos equipos y materiales que permitan estudiar y desarrollar el periodismo radial. Este taller deberá estar en funcionamiento en el tercer año de la implementación de la carrera. Dentro de estos equipos y materiales se encuentran:

- Sala aislada para estudio
- Sala controladora
- Mesa controladora
- Equipos grabadores
- Micrófono fijo (3)



- Micrófono inalámbrico (3)
- Cassettes
- Discos compactos
- Cables de conexión varios

### *Taller de televisión*

El taller de televisión deberá contar con todos aquellos equipos y materiales que permitan estudiar y desarrollar el periodismo televisivo. Este taller deberá estar en funcionamiento en el cuarto año de la implementación de la carrera. Dentro de estos equipos y materiales se encuentran:

- Sala-estudio
- Sala de edición
- Sala de grabado de voz (aislada)
- Cámaras de estudio (3)
- Trípodes (con ruedas) (3)
- Mesa editora o consola
- Equipos de soporte: Betacam y Super VHS
- Cables (cámara a consola)
- Cámara de mano (3)
- Baterías para cámara de mano (3)
- Equipos de iluminación (focos)
- Videos



## Oficinas

Se deberá disponer de una oficina para cada profesor Full Time, para la secretaria y oficinas generales para los profesores Part Time.

Las oficinas para los profesores FT irán siendo asignadas en la medida que los profesores vayan siendo contratados. Lo mismo ocurre con las oficinas para los profesores PT, las cuales irán aumentando a medida que vayan requiriéndose los servicios de una mayor cantidad de profesores PT. La oficina de la secretaria deberá ser contabilizada a partir del primer año del horizonte de evaluación.

En la tabla N° 10 se presenta un cuadro resumen del número de oficinas requeridas durante los 10 años del horizonte de evaluación.

Tabla N° 10: Detalle de oficinas requeridas

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>Oficina Jefe de Carrera</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Oficina Profesores Full Time</b>	1	2	3	4	5	5	5	5	5	5
<b>Oficina Profesores Part-Time</b>	1	2	3	3	4	4	4	4	4	4
<b>Oficina Secretaria</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Fuente: Elaboración propia



## Material de apoyo

Se ha estimado, para un análisis preliminar, que cada ramo contará con 5 títulos. De las 56 asignaturas, sólo 53 requieren textos, ya que las tres restantes corresponden a deportes. Además se asume que deberá existir un libro por cada 7 alumnos inscritos en el ramo. Por otro lado, deberán existir al primer año un ejemplar de cada título que requiera cada asignatura para contar con una biblioteca completa al iniciar la carrera.

Por lo tanto, en la tabla N° 11 se detalla el número de textos que deberán adquirirse en cada uno de los años del horizonte de evaluación a partir de las consideraciones antes detalladas.

Se observa que se deberán adquirir libros hasta el año 5 del horizonte de evaluación, partir del cual todos los ramos se estarán dictando, estabilizando el nivel de libros necesarios en biblioteca para satisfacer los requerimientos de la carrera.

Tabla N° 11: Material bibliográfico nuevo requerido por la carrera de periodismo por año

Año	Nº Libros
0	1.387
1	801
2	839
3	746
4	746
5	0
6	0
7	0
8	0
9	0
10	0

Fuente: Elaboración propia



## ***Renovación, mantención y Operación***

Los costos asociados a renovación, mantención y operación de espacios físicos, laboratorios, talleres, equipamiento y material bibliográfico, serán considerados como parte de los gastos generales del proyecto.



# CAPÍTULO IV

## ESTUDIO ECONÓMICO

### Estimación de Ingresos

Para estimar los ingresos, se tuvieron presentes los siguientes supuestos:

1. Se consideró que la tasa de deserciones de alumnos cada año sigue el siguiente patrón:

Tabla N° 12: Porcentaje de abandono en la carrera de periodismo

	<b>Porcentaje de abandono</b>
<b>Año 1</b>	15%
<b>Año 2</b>	4%
<b>Año 3</b>	3%
<b>Año 4</b>	2%
<b>Año 5</b>	1%

Fuente: Elaboración propia

2. Otra de las consideraciones contempladas corresponde al porcentaje de titulación año a año de los alumnos egresados de la carrera. Para ello, se han hecho las siguientes observaciones:



Tabla N° 13: Porcentaje de titulación en la carrera de periodismo

Porcentaje Titulación	
5° año	50%
6° año	30%
7° año	20%

Fuente: Elaboración propia

- Se considera un ingreso anual de 60 alumnos en la V Región y 60 alumnos en la Región Metropolitana.
- El análisis se realizará en forma conjunta para los campus de Santiago y Valparaíso. En ambos casos se estima que cumplen las suposiciones antes mencionadas.

Tomando en cuenta las consideraciones y suposiciones mencionadas, se obtiene el siguiente cuadro que refleja la cantidad de alumnos existentes en la carrera para los próximos 10 años.

Tabla N° 14: Número de alumnos en la carrera de periodismo por año.

Año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6 <sup>4</sup>	Año 7 <sup>5</sup>	Número Total de Alumnos
2005	120							120
2006	120	102						222
2007	120	102	98					320
2008	120	102	98	95				415
2009	120	102	98	95	93			508
2010	120	102	98	95	93	46		554
2011	120	102	98	95	93	46	18	572
2012	120	102	98	95	93	46	18	572
2013	120	102	98	95	93	46	18	572
2014	120	102	98	95	93	46	18	572

Fuente: Elaboración propia

<sup>4</sup> Atraso de 1 año.

<sup>5</sup> Atraso de 2 años.



Se estimó que los ingresos provendrán de los siguientes items.

1. Matrícula: Se consideró el valor de la matrícula para el año 2004 de la Universidad Santa María, que corresponde a \$100.000.-
2. Arancel anual: En base a los aranceles cobrados por las universidades tradicionales de la Región Metropolitana y de Valparaíso, durante al año 2004, se estimó un arancel para la USM de \$1.300.000.

Considerando estos dos items de ingresos, se obtiene un total de ingresos por alumno de \$1.400.000.- La siguiente tabla muestra los ingresos totales considerando los campus de Santiago y Valparaíso.

Tabla N° 15: Ingresos totales para la carrera de periodismo por año.

<b>Año</b>	<b>Número Total de Alumnos</b>	<b>Ingresos totales</b>
1	120	168.000.000
2	222	310.800.000
3	320	447.888.000
4	415	580.863.360
5	508	711.179.213
6	554	711.179.213
7	572	775.579.213
8	572	800.779.213
9	572	800.779.213
10	572	800.779.213

Fuente: Elaboración propia



## Estimación de Egresos

### *Profesores Full Time.*

Para estimar el gasto en profesores Full Time, se consideró que cada uno de ellos tiene un costo para la universidad de \$20.000.000 anuales. Este valor proviene de información otorgada por la Dirección de Planificación de la Universidad Santa María.

La tabla que muestra los gastos anuales en profesores Full Time, considerando el número de requeridos e incluyendo los campus de Santiago y Valparaíso, es la siguiente:

Tabla N° 16: Costo de profesores Full Time para la carrera de periodismo por año

<b>Año</b>	<b>Nº Profesores Full Time</b>	<b>Costo total profesores Full Time</b>
0	0	0
1	4	80.000.000
2	6	120.000.000
3	8	160.000.000
4	10	200.000.000
5	12	240.000.000
6	12	240.000.000
7	12	240.000.000
8	12	240.000.000
9	12	240.000.000
10	12	240.000.000

Fuente: Elaboración propia en base a información proporcionada por la Dirección General de Planificación UTFSM, 2004



## Otras asignaturas

Este punto considera todas aquellas asignaturas que no serán dictadas por profesores Full Time de la carrera. Para estimar el gasto, se consideró que cada ramo de este tipo cuesta, en promedio, \$ 850.000. Este valor proviene de información otorgada por la Dirección de Planificación de la Universidad Santa María.

Se considera un recargo adicional del 50% sobre este valor, para cubrir el riesgo de aperturas de segundos paralelos y ayudantías de contacto en algunos de estas asignaturas.

La siguiente tabla indica los gastos en otras asignaturas para los campus de Santiago y Valparaíso:

Tabla N° 17: Costo total de otras asignaturas para la carrera de periodismo por año

<b>Año</b>	<b>N° de otras asignaturas</b>	<b>Costo total otras asignaturas</b>
1	12	15.300.000
2	32	40.800.000
3	52	66.300.000
4	68	86.700.000
5	74	94.350.000
6	74	94.350.000
7	74	94.350.000
8	74	94.350.000
9	74	94.350.000
10	74	94.350.000

Fuente: Elaboración propia en base a información proporcionada por la Dirección General de Planificación UTFSM, 2004



## Costo general por alumno

Los gastos administrativos generales corresponden a los gastos del funcionamiento de la Universidad Santa María. Estos se considerarán -en promedio- por un valor de \$200.000 por alumno de la carrera de Periodismo de la UTFSM. Este proviene de información otorgada por la Dirección de Planificación de la Universidad Santa María.

Considerando a los alumnos de los campus de Santiago y Valparaíso, se obtiene la siguiente tabla resumen de costos generales por alumno:

Tabla N°. 18: Costo general por alumno para la carrera de periodismo por año.

Año	Número de alumnos	Costo General de alumnos
0	0	0
1	120	24.000.000
2	222	44.400.000
3	320	64.000.000
4	415	83.000.000
5	508	101.600.000
6	508	101.600.000
7	554	110.800.000
8	572	114.400.000
9	572	114.400.000
10	572	114.400.000

Fuente: Elaboración propia en base a información proporcionada por la Dirección General de Planificación UTFSM, 2004



## ***Costos de Operación***

Este punto comprende los gastos de operación de la unidad académica. Los costos de operación se estiman en \$28.000.000. Este valor proviene de información otorgada por la Dirección de Planificación de la Universidad Santa María.

Se obtiene la siguiente tabla para los gastos operacionales que considera los campus de Santiago y de Valparaíso.

Tabla N°. 19: Gasto operacionales para la carrera de periodismo por año.

<b>Año</b>	<b>Gastos Operacionales</b>
0	
1	28.000.000
2	28.000.000
3	28.000.000
4	28.000.000
5	28.000.000
6	28.000.000
7	28.000.000
8	28.000.000
9	28.000.000
10	28.000.000

Fuente: Elaboración propia en base a información proporcionada por la Dirección General de Planificación UTFSM, 2004



## ***Inversiones***

### ***Talleres y equipamiento***

Tal como se determinó en el *Estudio Logístico*,<sup>6</sup> algunas asignaturas de la malla de la carrera de Periodismo requieren que, además de las horas de cátedra, se dicten horas de taller. Se ha determinado que estos últimos son de carácter complejo para su instalación, ya que requieren de equipos específicos. Estos ramos necesitan de los siguientes espacios físicos para el desarrollo de sus talleres:

- Taller de Fotografía
- Taller de Radio
- Taller de Televisión

Por lo tanto, se tiene que cada ramo necesita, según su taller, de un espacio físico determinado. El año en que debe estar en funcionamiento cada uno de ellos se determina de acuerdo a la malla de la carrera. Así, cada taller debe ser construido en el año en que se dicte por primera vez el ramo correspondiente.

Debe existir uno de cada tipo en los respectivos campus donde se dictará la carrera de Periodismo, vale decir, Santiago y Valparaíso.

Los costos asociados a cada taller, consideran costos de equipos, instalación<sup>7</sup> y el costo de adaptación del espacio físico.

En el siguiente cuadro se presentan los costos asociados a cada taller en ambos campus:

---

<sup>6</sup> Referencia página 100 del presente informe.

<sup>7</sup> Se estima como costo de instalación el 50% del costo de los equipos más importantes.



Tabla N°. 20: Costo de taller de radio para la carrera de periodismo

<b>Taller de Radio</b>	
Talleres y equipos	30.000.000
Instalaciones	15.000.000
Arreglos	2.000.000
<b>Total</b>	<b>47.000.000</b>

Fuente: Elaboración propia en base a información proporcionada por cotizaciones a proveedores externos

Tabla N°. 21: Costo de taller de televisión para la carrera de periodismo

<b>Taller de Televisión</b>	
Talleres y equipos	40.000.000
Instalaciones	20.000.000
Arreglos	2.000.000
<b>Total</b>	<b>62.000.000</b>

Fuente: Elaboración propia en base a información proporcionada por cotizaciones a proveedores externos

Tabla N°. 22: Costo de taller de fotografía para la carrera de periodismo

<b>Taller Fotografía</b>	
Talleres y equipos	20.000.000
Instalaciones	10.000.000
Arreglos	2.000.000
<b>Total</b>	<b>32.000.000</b>

Fuente: Elaboración propia en base a información proporcionada por cotizaciones a proveedores externos

Tabla N°. 23: Costo de sala de computación para la carrera de periodismo

<b>Sala de computación</b>	
Costo equipo	15.000.000
Instalaciones	7.500.000
Arreglos	2.000.000
<b>Total</b>	<b>24.500.000</b>

Fuente: Elaboración propia en base a información proporcionada por la Dirección General de Planificación UTFSM, 2004



## **Marketing**

La tabla N° 24 desglosa los gastos en marketing en las regiones quinta y metropolitana que se deberá realizar para posicionar la carrera de periodismo.

Para la estrategia de marketing se consideran gastos en los items de costo global, directo y otros. El Marketing Global corresponde a Marketing en medios masivos. Marketing Directo corresponde a marketing dirigido a segmentos de mercado específicos, como visitas a colegio. Otros corresponde a marketing ocasional como en ferias y otros. Estos se analizan por separado para cada una de las regiones contempladas donde se dictará la carrera.

Tabla N°. 24: Inversión en marketing para la carrera de periodismo.

<b>Marketing</b>	<b>Metropolitana</b>	<b>V Región</b>
Global	8.000.000	5.000.000
Directo	4.000.000	3.000.000
Otros	3.000.000	2.000.000
<b>Total</b>	<b>15.000.000</b>	<b>10.000.000</b>

Fuente: Elaboración propia

## **Material bibliográfico**

Contempla la cantidad de libros necesaria para el buen funcionamiento de la carrera de Periodismo, en cada uno de los campus (Santiago y Valparaíso). Esta se estimó tomando las siguientes consideraciones:

- La malla tiene un total de 56 asignaturas.



- De estas 56 asignaturas, solo 53 requieren textos, ya que las tres restantes corresponden a deportes.
- Cada asignatura contará con 5 títulos.
- Deberán existir al primer año 1 títulos por libro que requiera cada asignatura de la carrera.
- Se requiere un libro por cada 7 alumnos en la asignatura.
  - El costo promedio de un libro es de \$20.000.-

Utilizando la información anterior, se estima que la cantidad de libros requerida asciende a 365 textos por campus. Por lo tanto, en total se necesitarán 730 libros para cubrir las necesidades de ambos campus.

Tabla N°. 25: Inversión en material bibliográfico para la carrera de periodismo por año.

<b>Año</b>	<b>Nº Libros</b>	<b>Costo total</b>
0	1.387	27.742.857
1	801	16.028.571
2	839	16.786.286
3	746	14.925.806
4	746	14.925.806
5	0	0
6	0	0
7	0	0
8	0	0
9	0	0
10	0	0

Fuente: Elaboración propia



## Flujo de Caja del Proyecto

Tabla N°. 26: Flujo de caja para el proyecto de implementación de la carrera de periodismo en los campus de Valparaíso y Santiago.

Flujo de Caja										
Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>Ingresos</b>										
Matrícula		12.000.000	22.200.000	31.992.000	41.490.240	50.798.515	50.798.515	55.398.515	57.198.515	57.198.515
Arancel		156.000.000	288.600.000	415.896.000	539.373.120	660.380.698	660.380.698	720.180.698	743.580.698	743.580.698
<b>Ingresos Totales</b>	0	168.000.000	310.800.000	447.888.000	580.863.360	711.179.213	711.179.213	775.579.213	800.779.213	800.779.213
<b>Egresos</b>										
Profesores Full Time		80.000.000	120.000.000	160.000.000	200.000.000	240.000.000	240.000.000	240.000.000	240.000.000	240.000.000
Otras asignaturas		15.300.000	40.800.000	66.300.000	86.700.000	94.350.000	94.350.000	94.350.000	94.350.000	94.350.000
Costo general de alumnos		24.000.000	44.400.000	63.984.000	82.980.480	101.597.030	101.597.030	110.797.030	114.397.030	114.397.030
Operación		22.000.000	22.000.000	22.000.000	22.000.000	22.000.000	22.000.000	22.000.000	22.000.000	22.000.000
<b>Egresos totales</b>	0	141.300.000	227.200.000	312.284.000	391.680.480	457.947.030	457.947.030	467.147.030	470.747.030	470.747.030
<b>Inversión Inicial</b>										
Talleres y equipos complejos			47.000.000	47.000.000	47.000.000					
Talleres y equipos comunes		24.500.000								
Marketing Región RM y V Región	25.000.000									
Libros	27.742.857	16.028.571	16.028.571	16.786.286	14.925.806					
<b>Inversión total</b>	52.742.857	40.528.571	63.028.571	63.786.286	61.925.806	0	0	0	0	0
<b>Total Anual</b>	-52.742.857	-13.828.571	20.571.429	71.817.714	127.257.074	253.232.182	253.232.182	308.432.182	330.032.182	330.032.182

<b>Tasa de descuento</b>	10%
<b>VAN</b>	972.187.610,49
<b>TIR</b>	81%
<b>PAYBACK</b>	2 años

Fuente: Elaboración propia



## Sensibilización del proyecto

### *Respecto al valor anual*

Tabla N°. 27: Sensibilización del VAN con respecto al valor anual de la carrera de periodismo

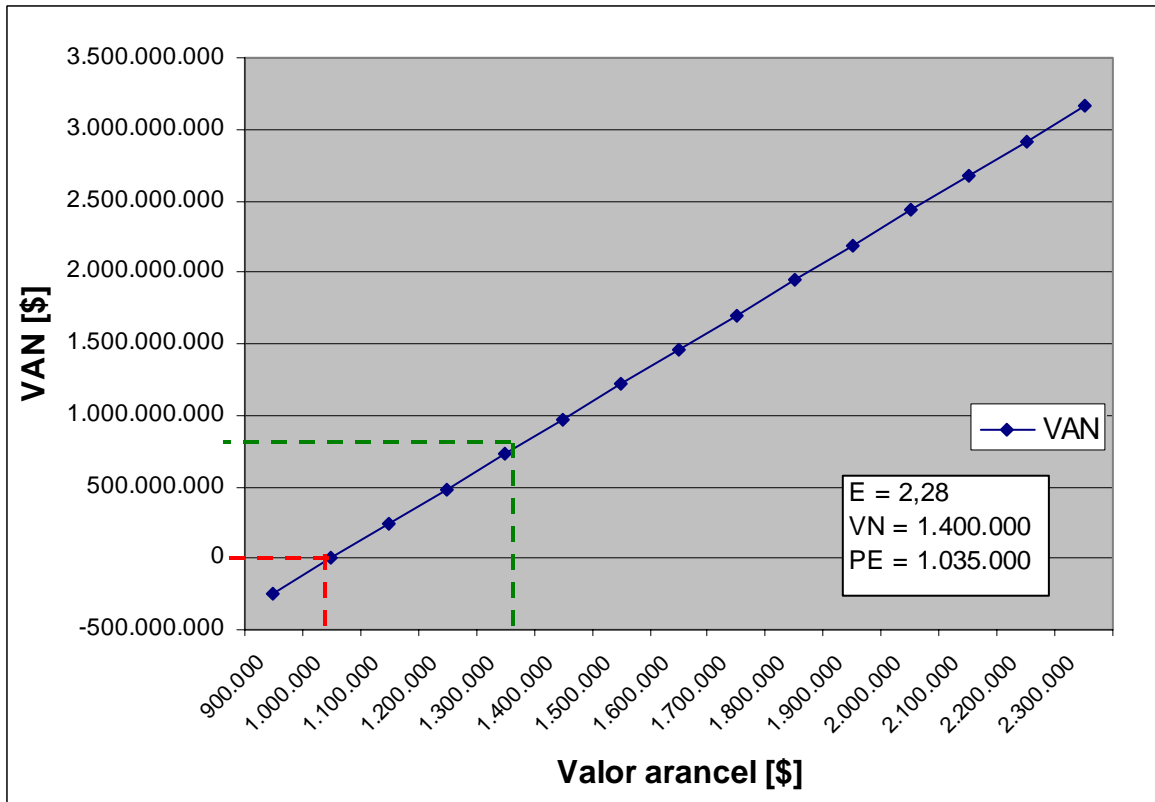
Valor anual	VAN
900.000	-244.157.177
1.000.000	-888.220
1.100.000	242.380.737
1.200.000	485.649.694
1.300.000	728.918.651
<b>1.400.000</b>	<b>972.187.610</b>
1.500.000	1.215.456.565
1.600.000	1.458.725.522
1.700.000	1.701.994.479
1.800.000	1.945.263.436
1.900.000	2.188.532.393
2.000.000	2.431.801.350
2.100.000	2.675.070.307
2.200.000	2.918.339.264
2.300.000	3.161.608.228

Fuente: Elaboración propia

Nota: En negrita se señala el Valor Normal



Gráfico N° 32: Sensibilización del VAN con respecto al arancel anual de la carrera de periodismo



Fuente: Elaboración Propia

- Nota:
1. E: Elasticidad.
  2. VN: Valor Normal
  3. PE: Punto de Equilibrio

Al variar el arancel anual, el VAN del proyecto se hace 0, alcanzando el punto de equilibrio, cuando éste alcanza un valor de \$ 1.035.000.

El valor de la elasticidad para la sensibilización del VAN respecto al arancel anual de la carrera de periodismo es 2,28.



## *Respecto al N° de alumnos matriculados en primer año*

Tabla N°. 28: Sensibilización del VAN con respecto al ingreso de alumnos en primer año

Ingreso en primer año	VAN
20	-1.495.842.566
40	-1.002.236.531
60	-508.630.496
80	-15.024.461
100	478.581.574
120	972.187.610
140	1.465.793.644
160	1.959.399.679
180	2.453.005.714
200	2.946.611.749

Fuente: Elaboración propia

Nota: En negrita se señala el Valor Normal

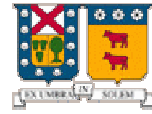
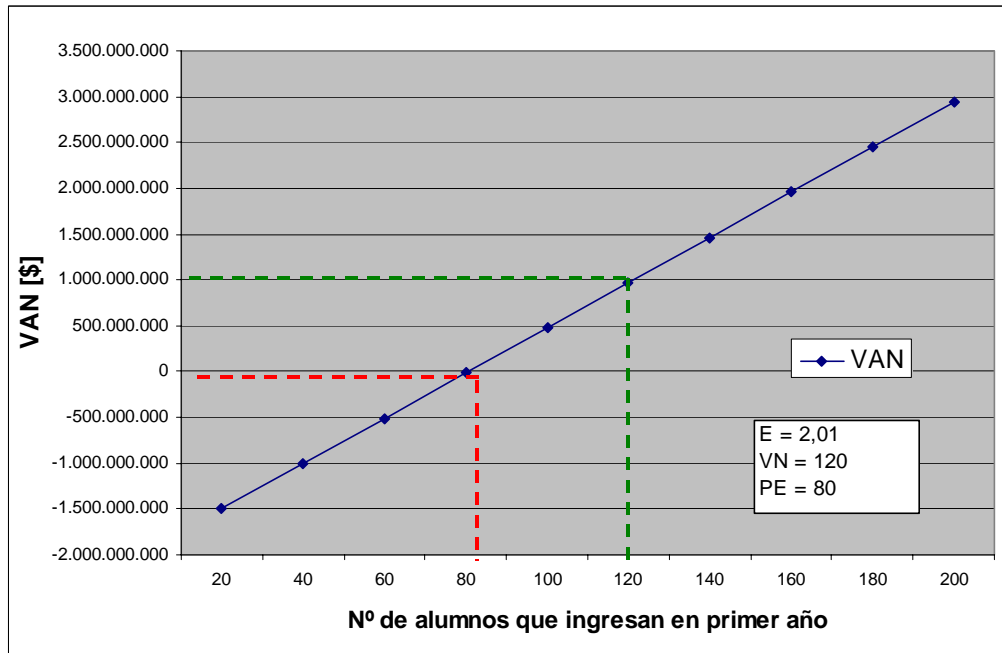


Gráfico N° 33: Sensibilización del VAN con respecto al ingreso de alumnos en primer año



Fuente: Elaboración Propia

- Nota:
1. E: Elasticidad.
  2. VN: Valor Normal
  3. PE: Punto de Equilibrio

Al variar el número de matriculados, el VAN del proyecto se hace 0, alcanzando el punto de equilibrio, cuando éste alcanza un valor de 80 alumnos, para ambos campus.

El valor de la elasticidad para la sensibilización del VAN respecto al número de alumnos matriculados en primer año para ambos campus es 2,01.

## Escenarios

Se mostrará a continuación el comportamiento de los indicadores para la carrera de periodismo, en cada una de las regiones por separado, Quinta y Metropolitana, y para ambas regiones en forma conjunta.



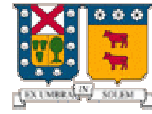
Tabla N°. 29: Escenarios para la implementación de la carrera de periodismo en los campus de la USM.

Escenarios	VAN	TIR	Payback
Sólo Campus Santiago	496.574.403	75%	2 años
Sólo Campus Valparaíso	501.574.403	80%	2 años
Campus Valparaíso y Campus Santiago	972.187.610	81%	2 años

Fuente: Elaboración propia

Para el análisis de escenarios se puede apreciar que independientemente del número de campus donde se implemente la carrera se observa un VAN positivo para el proyecto. El VAN del escenario correspondiente a implementar la carrera de periodismo en ambos campus, Santiago y Valparaíso, es prácticamente el doble del de los escenarios individuales.

Se aprecia una TIR similar para los 3 escenarios propuestos, siendo la de la posibilidad de dictar la carrera en ambos campus, Santiago y Valparaíso, la mayor de todas.



## Conclusiones

Sobre la base de los resultados obtenidos en el flujo de caja, se puede concluir que el proyecto de implementar la carrera de periodismo en la USM es rentable.

Bajo un escenario de certeza en los flujos futuros, con un ingreso de 60 alumnos anuales en total, y una arancel anual de \$ 1.400.000, el VAN del proyecto es de \$972.187.610. Además, se verifica que la tasa interna de retorno del proyecto (81%) es muy superior a la tasa de descuento de la UTFSM (10%).

El resultado de sensibilización arroja resultados que potencian la alternativa de implementar la carrera de periodismo en la USM, ya que al sensibilizar variables críticas como el número de vacantes y el arancel anual, el VAN del proyecto sólo se hace cero en condiciones muy adversas para éste.

Al variar el arancel anual, el VAN baja de cero cuando el arancel baja de \$1.000.000 anuales aproximadamente y, para el número de alumnos matriculados en primer año, el VAN se hace cero cuando este número baja de 80 matriculados para ambos campus.

Por lo tanto, se concluye que el proyecto de implementar la carrera de periodismo en la USM es económica y técnicamente viable.



# CAPÍTULO V

## RESUMEN DE CONCLUSIONES

En base a todo el estudio realizado en el presente documento, y de acuerdo a las conclusiones elaboradas para cada apartado, se puede resumir que – efectivamente- implantar la carrera de Periodismo en la Universidad Técnica Federico Santa María es una oportunidad real con un sinnúmero de ventajas.

En lo referente a la demanda total, las regiones Quinta y Metropolitana concentran un porcentaje del 70% de los estudiantes de todo el país. Es en estas regiones donde existe el mayor número de escuelas de periodismo. Sobre esta base, es interesante la posibilidad de implementar la carrera dentro de estas regiones.

El análisis de la demanda a nivel nacional, V Región y Región Metropolitana predice una tendencia general para la carrera de periodismo al alza. En el período analizado (1996-2003) el número de matriculados en primer año y la matrícula total en cada una de estas regiones, muestran una marcada tendencia creciente. Esto permite realizar una proyección a futuro que indica un aumento sistemático en las matrículas de primer año y, por ende, dados los criterios utilizados, de la demanda por la carrera.

Interesante es hacer notar que a partir de 1990 han surgido, todos los años (excepto 1996 y 1997), nuevas escuelas de Periodismo y, sin embargo existe un aumento año a año de las matrículas de primer año en la mayoría de las universidades ya existentes.



Se diferenci6 entre universidades tradicionales y no tradicionales para determinar si el comportamiento de la demanda varía dependiendo de el tipo de universidad. En primer lugar, se debe mencionar que mientras el número de universidades tradicionales que imparten la carrera se mantiene constante a lo largo del período analizado, el número de universidades no tradicionales aumenta año a año. La cantidad de casa de estudios superiores tradicionales es bajo en comparación al de las no tradicionales, con un total de 5 en el primer grupo que dictan la carrera entre la Quinta Región y Región Metropolitana, versus 15 no tradicionales en el año 1996; mientras 5 tradicionales versus 23 no tradicionales en el año 2003.

Luego de estas consideraciones y realizado el análisis de matrículas de primer año, se observa que la demanda por universidades tradicionales aumenta a nivel agregado, entregando proyecciones al alza para los próximos años. Para el caso de las universidades no tradicionales se observa un aumento aún más marcado de la demanda, explicado principalmente por el aumento de universidades de este tipo experimentado en el período analizado.

Por lo tanto, a nivel desagregado de universidades tradicionales y no tradicionales se observa un comportamiento de la demanda por la carrera positivo, con proyecciones futuras satisfactorias para ambos tipos de universidades.

Para el caso de la Universidad Santa María es realmente positivo el comportamiento observado en las universidades tradicionales ya que es dentro de éstas donde deberá buscar captar su participación de mercado. Por lo que se espera, si se dicta la carrera de Periodismo dentro de la Universidad, un comportamiento de la demanda similar al de estas universidades, logrando captar las matrículas para primer año determinadas por la Universidad.

El estudio de los puntajes de ingreso para los años 2003 y 2004 indica que en las universidades tradicionales de la Quinta y Región Metropolitana, el nivel de puntajes de ingreso está por sobre los 650 puntos. Esta situación es favorable



para la Universidad Santa María ya que va de acuerdo con los puntajes mínimos exigidos hoy en día por la Universidad.

Sobre la base de toda la información expuesta con anterioridad, se concluye que diversificar la oferta educacional actual de la Universidad Santa María hacia la carrera de Periodismo representa una atractiva oportunidad.

En base al estudio realizado en el Análisis Académico, se puede concluir que existe una oportunidad real de situar en el mercado una carrera de Periodismo que ofrezca una amplia formación profesional, la que hoy está siendo demandada por parte de los medios de comunicación y las instituciones públicas y privadas (periodismo institucional).

Tal como se ha mencionado a lo largo de esta investigación, la debilidad del resto de las universidades es que ponen énfasis sólo en la formación informativa, vale decir, preparan al futuro profesional para trabajar sólo en los medios de comunicación (radio, televisión, diarios), mientras que la oportunidad real está en ofrecer un conocimiento más amplio, que permita al futuro periodista desarrollarse no sólo en este ámbito, sino que también en el áreas de las comunicaciones institucionales o de asesorías periodísticas.

Si bien actualmente existen 38 universidades que imparten esta carrera en el país, plantear una propuesta académica diferente justifica la idea de abrirla en la UTFSM. La ventaja principal de este hecho es la oportunidad de crear un plan de estudios de acuerdo a la demanda que hoy existe en el mercado y ser capaces de entregar profesionales acorde a este hecho.

En cuanto al Estudio Económico, se puede concluir que el proyecto de implementar la carrera de periodismo en la USM es, también, rentable.

Bajo un escenario de certeza en los flujos futuros, con un ingreso de 60 alumnos anuales en total, y una arancel anual de \$ 1.400.000, el VAN del proyecto es de \$972.187.610. Además, se verifica que la tasa interna de retorno del proyecto (81%) es muy superior a la tasa de descuento de la UTFSM (10%).



El resultado de sensibilización arroja resultados que potencian la alternativa de implementar la carrera de periodismo en la USM, ya que al sensibilizar variables críticas como el número de vacantes y el arancel anual, el VAN del proyecto sólo se hace cero en condiciones muy adversas para éste.

Al variar el arancel anual, el VAN se hace cero cuando el arancel baja de \$1.000.000 anuales y, para el número de alumnos matriculados en primer año, el VAN se hace cero cuando este número baja de 40 matriculados por campus.

Por lo tanto, se concluye que el proyecto de implementar la carrera de periodismo en la USM es económica, académica y técnicamente viable.



## Bibliografía

- [www.periodismo.uchile.cl](http://www.periodismo.uchile.cl)
- [www.puc.cl](http://www.puc.cl)
- [www.periodismousach.cl](http://www.periodismousach.cl)
- [www.periodismoucv.cl](http://www.periodismoucv.cl)
- [www.upla.cl](http://www.upla.cl)
- [www.unab.cl](http://www.unab.cl)
- [www.ugm.cl](http://www.ugm.cl)
- [www.ust.cl](http://www.ust.cl)
- [www.uvm.cl](http://www.uvm.cl)
- [www.uai.cl](http://www.uai.cl)
- [www.uandes.cl](http://www.uandes.cl)
- [www.uniacc.cl](http://www.uniacc.cl)
- [www.udesarrollo.cl](http://www.udesarrollo.cl)
- [www.cnap.cl](http://www.cnap.cl)
- "Anuario Estadístico 1996 – 2003". Editado por la Secretaría General del H. Consejo de Rectores, Santiago, Chile.



# ANEXOS

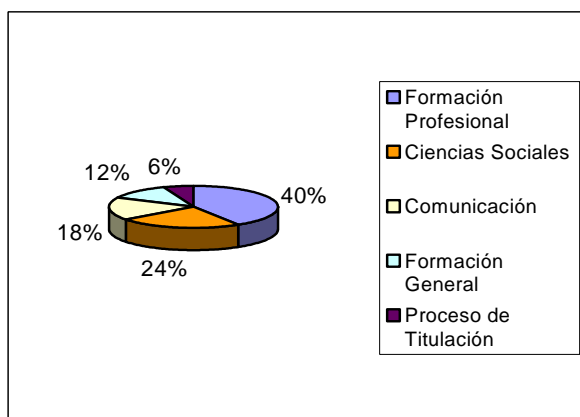


## Anexo I

# Porcentaje número de asignaturas designado a cada Área Temática por universidad

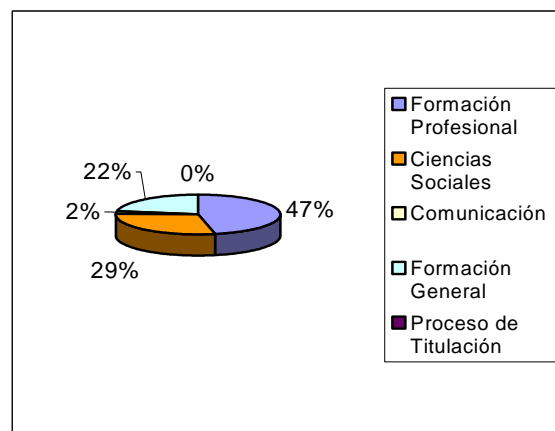
- Universidades Tradicionales

Gráfico N°34.- Porcentaje Asignaturas por Área Temática Periodismo U. de Chile



Fuente: Elaboración propia

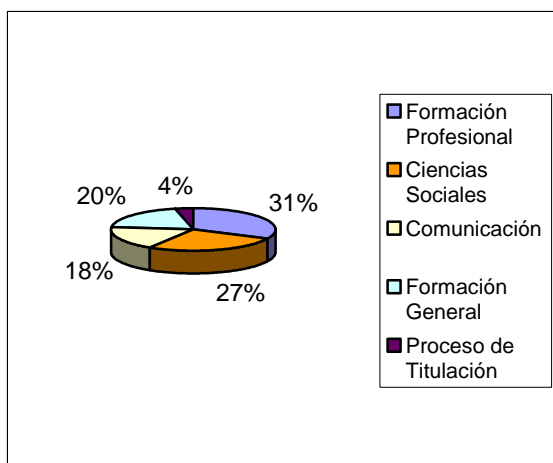
Gráfico N° 35.- Porcentaje Asignaturas por Área Temática Periodismo U. Católica de Chile



Fuente: Elaboración propia

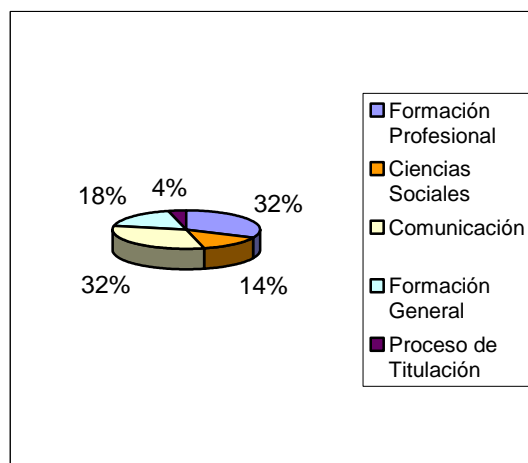


Gráfico N°36.- Porcentaje Asignaturas por Área Temática Periodismo U. Santiago de Chile



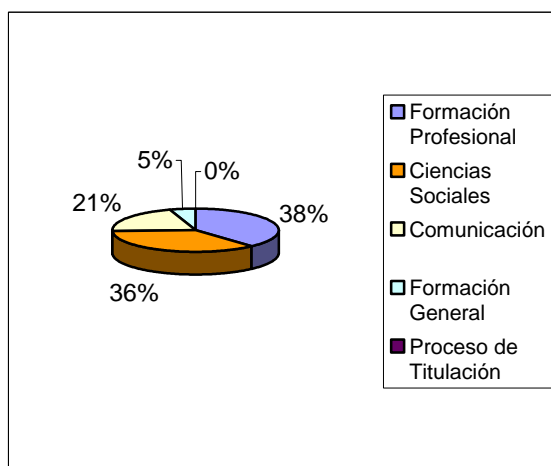
Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°37.- Porcentaje Asignaturas por Área Temática Periodismo U. Católica de Valpo.



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°38.- Porcentaje Asignaturas por Área Temática Periodismo U. de Playa Ancha

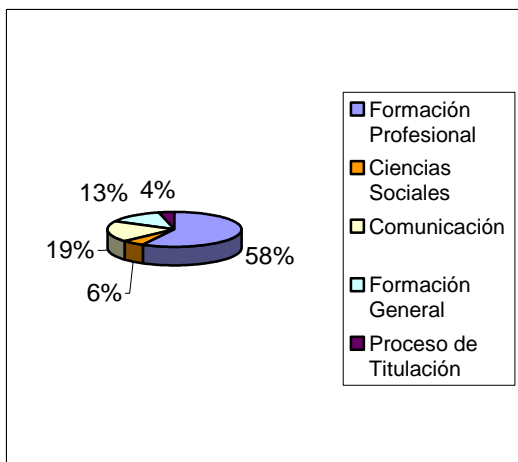


Fuente: Elaboración propia



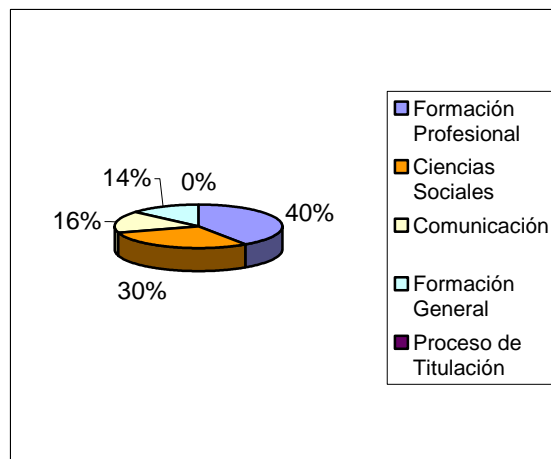
- Universidades No Tradicionales

Gráfico N°39.- Porcentaje Asignaturas por Área Temática Periodismo U. Andrés Bello



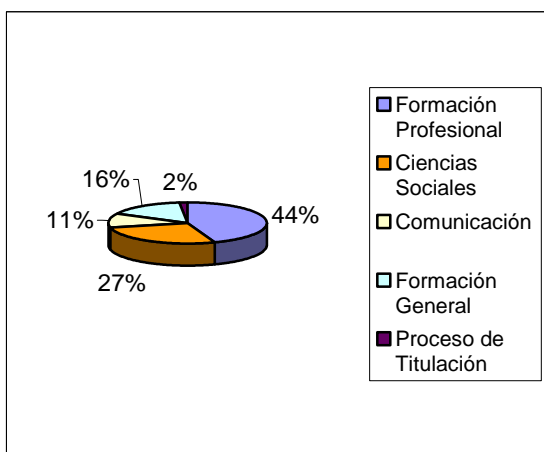
Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 40.- Porcentaje Asignaturas por Área Temática Periodismo U. Gabriela Mistral



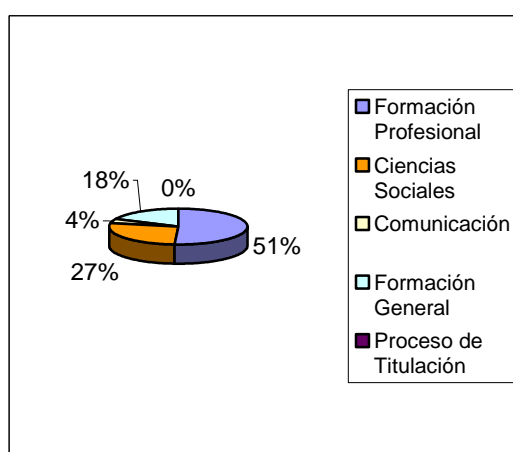
Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°41.- Porcentaje Asignaturas por Área Temática Periodismo U. Santo Tomás



Fuente: Elaboración propia

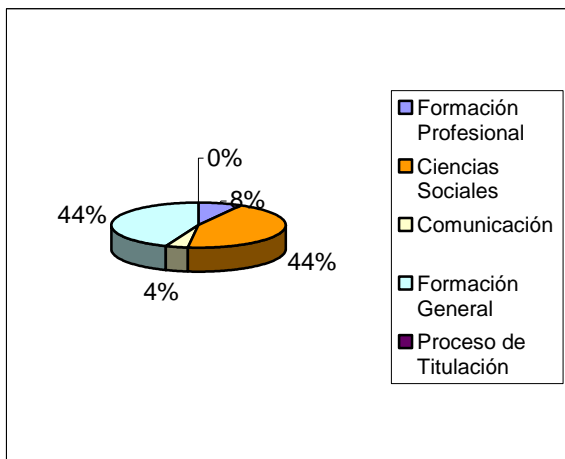
Gráfico N° 42.- Porcentaje Asignaturas por Área Temática Periodismo U. de Viña del Mar



Fuente: Elaboración propia

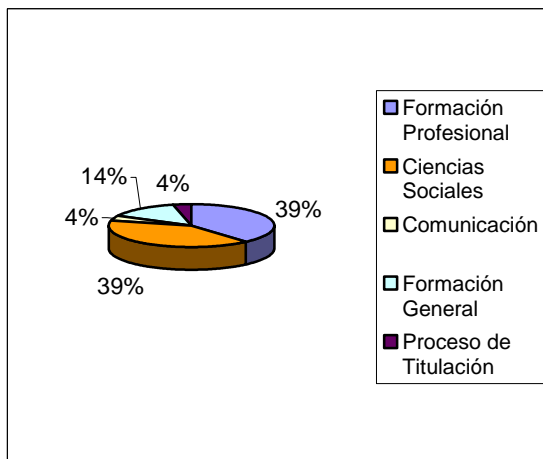


Gráfico N°43.- Porcentaje Asignaturas por Área Temática Periodismo U. Adolfo Ibáñez



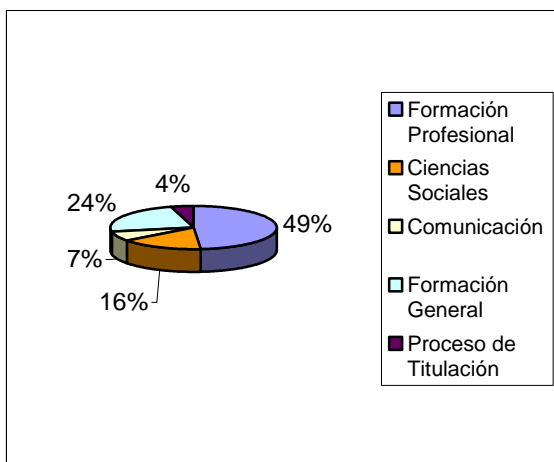
Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 44.- Porcentaje Asignaturas por Área Temática Periodismo U. de Los Andes



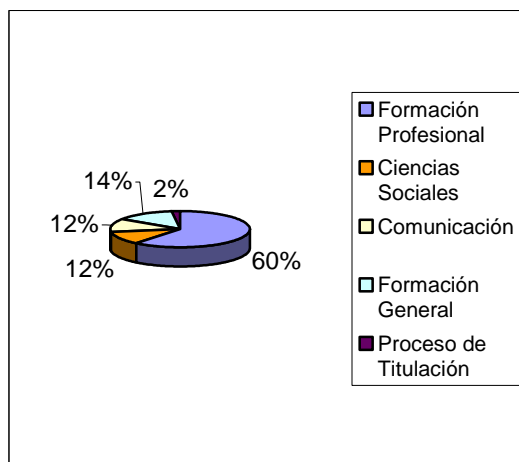
Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°45.- Porcentaje Asignaturas por Área Temática Periodismo UNIACC



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 46.- Porcentaje Asignaturas por Área Temática Periodismo U. del Desarrollo



Fuente: Elaboración propia



## Anexo II

### Asignaturas por Áreas Temáticas Periodismo UTFSM

Tabla Nº 30: Asignaturas distribuidas por Área Temática Periodismo UTFSM

AREA	ASIGNATURAS	TOTAL
<b>Formación Profesional</b>	Expresión Oral y Escrita I y II Introducción al Periodismo Géneros Periodísticos Periodismo Informativo I y II Fotografía Periodística Redacción Periodística I y II Periodismo Interpretativo Periodismo Investigativo Periodismo Radial Diseño Periodístico Periodismo Institucional y RR. P I y II Periodismo Televisivo I y II Empresa Periodística Legislación Periodística Periodismo Digital Seminario de Periodismo Electivo de Especialización I, II, III, IV, V y VI	27
<b>Comunicación</b>	Teoría de la Comunicación Audiencias y Opinión Pública Comportamiento y Com. Organizacional Marketing y Publicidad Negociación y Solución de Conflictos Proyecto de Estrategia Comunicacional	6
<b>Ciencias Sociales</b>	Historia Contemporánea Historia Chilena Contemporánea Derecho e Instituciones Políticas Literatura Universal Teoría Política Ética Fundamentos de la Filosofía Economía 1A	8
<b>Formación General</b>	Nuevas Tecnologías "Informática" Ciencia, Tecnología y Sociedad en el s. XX Actualidad I "Política y Economía" Actualidad II "Internacional" Liderazgo y Espíritu Empresarial Administración de Empresas Ed. Física I y II Deporte Electivo de Formación General I, II, III y IV	13

Fuente: Elaboración propia



Tabla N° 31: Asignaturas distribuidas por Área Temática Periodismo UTFSM

AREA	ASIGNATURAS	TOTAL
<i>Proceso Titulación</i>	Taller de Título I y II	2
<b>TOTAL RAMOS</b>		<b>56</b>

Fuente: Elaboración propia



## **Anexo III**

# **Asignaturas por cada Universidad**

A continuación, se indican las asignaturas que cada universidad contempla dentro de su malla curricular, tanto tradicionales como no tradicionales.



Tabla N° 32: Detalle Asignaturas Pontificia Universidad Católica de Chile

<b>Pontificia Universidad Católica de Chile</b>	<b>Formación Profesional</b>	Lengua Española (Sem. 1) Medios I, II, III, IV (Sem. 1, 2, 3, 4) (por c/u) Narración Escrita (Sem. 5) Teoría de la Noticia (Sem. 5) Taller de Información I, II, III (Sem. 6, 7, 8) (por c/u) Información de la Actualidad (Sem. 8) Narración Gráfica (Sem. 8) Narración Interactiva (Sem. 8) Periodismo de Investigación (Sem. 9) Narración Radial (Sem. 6) Lenguaje Visual (Sem. 3) Narración Audiovisual (Sem. 5) Ética (Sem. 4) Deontología (Sem. 7) Derecho a la Información (Sem. 9) Estilo (Sem. 2)
	<b>Ciencias Sociales</b>	Temas de Chile y América (Sem. 1) Ciencia (Sem. 1) Política (Sem. 1) Historia Contemporánea (Sem. 2) Arte (Sem. 2) Antropología (Sem. 2) Ciencias Sociales y Comunicación (Sem. 3) Teoría Democrática (Sem. 6) Seminario de Investigación (Sem. 8) Objetivos y Métodos de la Investigación Social (Sem. 7) Formación Teológica (Sem. 3) Estadística (Sem. 6) Teoría Económica (Sem. 7)
	<b>Comuni- cación</b>	Teoría de la Comunicación (Sem.4)
	<b>Formación General</b>	Electivo Otras Disciplinas I, II, III, IV, V, VI (Sem. 3, 4, 5, 6, 7) (por c/u) Optativo de Profundización I, II, III, IV (Sem. 9) (por c/u)
	<b>Proceso Titulación</b>	
<b>TOTAL</b>		<b>45 asignaturas</b>

Fuente: Elaboración propia



Tabla N° 33: Detalle Asignaturas Universidad de Chile

<b>Universidad de Chile</b>	<b>Formación Profesional</b>	Redacción General (Sem. 1) Introducción al Periodismo (Sem. 1) Periodismo Informativo (Sem. 2) Técnicas de Redacción Periodística (Sem. 3, 4) Periodismo Interpretativo y de Opinión (Sem. 5, 6) Fotografía (Sem. 5) Taller de Fotografía (Sem. 6) Periodismo de Investigación (Sem. 7, 8) Ciencia y Tecnología (Sem. 4) Areas Periodísticas I, II y III (Sem. 9) Radio (Sem. 3) Taller de Radio (Sem. 4) Televisión (Sem. 7) Taller de Televisión (Sem. 8) Cine (Sem. 7) Taller de Cine (Sem. 8) Periodismo en la Historia de Chile (Sem. 5) Etica (Sem. 3) Etica Periodística y Legislación de Prensa (Sem.5, 6)
	<b>Ciencias Sociales</b>	Antropología Sociocultural (Sem. 1) Metodología de la Investigación en Cs Sociales (Sem. 2) Historia Contemporánea (Sem. 1, 2) Historia de Chile (Sem. 3, 4) Metodología de la investigación en Com. Social (Sem. 3, 4) Ciencias Políticas (Sem. 7) Relaciones Internacionales (Sem. 8) Literatura (Sem. 7, 8) Filosofía Contemporánea (Sem.1) Análisis de Modelos Económicos (Sem. 3) Elementos de Arte y Estética (Sem. 5) Problemas de la Sociedad Contemporánea (Sem. 10)
	<b>Comunicación</b>	Introducción a la Epistemología Sociología de la Comunicación (Sem. 2) Psicología de la Comunicación (Sem. 3) Teoría de la Comunicación (Sem. 5, 6) Semiótica General (Sem. 5) Semiótica Audiovisual (Sem. 6) Publicidad y Opinión Pública (Sem. 6) Comunicación Organizacional (Sem. 7) Gestión Cultural (Sem. 9)
	<b>Formación Gral.</b>	Inglés I, II (Sem. 6, 7) Informática (Sem. 2, 3) Electivo I, II, III, IV (Sem. 1, 2, 5, 6)
	<b>Proceso Titulación</b>	Seminario de Grado (Sem. 7, 8) Memoria (Sem. 9, 10) Examen de Título (Sem. 10)
<b>TOTAL</b>		<b>51 asignaturas</b>

Fuente: Elaboración propia



Tabla N° 34: Detalle Asignaturas Universidad de Santiago de Chile

<b>Universidad de Santiago de Chile</b>	<b>Formación Profesional</b>	Redacción General (Sem. 1) Redacción Periodística (Sem. 3) Periodismo Fotográfico (Sem. 3) Periodismo Informativo I, II (Sem. 4) Periodismo Interpretativo I, II (Sem. 6, 7) Periodismo de Opinión (Sem. 8) Radiodifusión (Sem. 4) Periodismo Radial (Sem. 5) Realización Radiofónica (Sem. 6) Televisión I, II (Sem. 5, 6) Producción de Televisión (Sem. 7) Producción de Imágenes (Sem. 4) Gestión y Empresas de Comunicación (Sem. 8) Derecho de la Información (Sem. 7) Fundamentos e Historia del Periodismo (Sem. 1)
	<b>Ciencias Sociales</b>	Sociología (Sem. 2) Historia de la Cultura (Sem. 2) Antropología Social Aplicada (Sem. 3) Historia de Chile I, II (Sem. 3, 4) Historia Universal Contemporánea (Sem. 5) Análisis Político Contemporáneo (Sem. 6) Metodología de la Investigación I, II (Sem. 6, 8) Sociología (Sem. 2) Psicología (Sem. 1) Filosofía (Sem. 1) Economía (Sem. 4) Orden Económico Mundial (Sem. 5) Estadística Social (Sem. 7)
	<b>Comunicación</b>	Técnicas de la Expresión Escrita (Sem. 2) Teoría del Diseño (Sem. 2) Técnicas de la Expresión Oral (Sem. 3) Teoría de la Com. I, II, III, IV, V (Sem. 2, 3, 4, 5) (por c/u) Teoría de la Com. Organizacional (Sem. 6) Planificación y Estrategias de la Com. (Sem. 7)
	<b>Generales</b>	Inglés Especializado I, II, III, IV, V (Sem. 2, 3, 4, 5, 6) Informática (Sem. 1) Especialización I, II, III (Sem. 7, 8, 9) (por c/u) Electivo I, II (Sem. 8, 9) (por c/u)
	<b>Proceso Titulación</b>	Seminario de Título I, II (Sem. 9, 10)
<b>TOTAL</b>	<b>56 asignaturas</b>	

Fuente: Elaboración propia



Tabla N° 35: Detalle Asignaturas Pontificia Universidad Católica de Valparaíso

<b>Pontificia Universidad Católica de Valparaíso</b>	<b>Formación Profesional</b>	Redacción Periodística I, II (Sem. 1, 2) Periodismo y Medios de Comunicación (Sem. 1) Periodismo Informativo (Sem. 3) Periodismo Interpretativo (Sem. 4) Periodismo Investigativo (Sem. 4) Periodismo de Opinión (Sem. 6) Radio I, II (Sem. 7) Televisión (Sem. 6) Televisión I, II (Sem. 7) Etica (Sem. 5) Periodismo y Etica (Sem. 8) Gráfica (Sem. 5) Periodismo Multimedial (Sem. 7)
	<b>Ciencias Sociales</b>	Historia de Chile (Sem. 2) Historia de las Ideas (Sem. 3) Metodología de la Investigación I, II (Sem. 6, 7) Economía (Sem. 3) Gestión (Sem. 4) Política y Relaciones Internacionales (Sem. 8)
	<b>Comunicación</b>	Teoría del Lenguaje (Sem. 1) Taller de Lenguaje Oral (Sem. 1) Psicología Cognitiva (Sem. 1) Teoría de la Comunicación I, II, III (Sem. 2, 3, 9) Semiótica (Sem. 2) Psicología Social (Sem. 2) Comunicación y Cultura (Sem. 4) Comunicación Organizacional (Sem. 5) Publicidad (Sem. 6) Relaciones Públicas (Sem. 7) Opinión Pública (Sem. 7) Comunicación Estratégica (Sem. 9) Semiología de las Comunicaciones (Sem. 9) Comunicación Publicitaria (Sem. 9)
	<b>Generales</b>	Inglés I, II, III, IV (Sem. 3, 4, 5, 6) Computación (Sem. 1) Optativo I, II, III, IV (Sem. 5, 6, 7, 8)
	<b>Proceso Titulación</b>	Tesina (Sem. 8) Formulación y Evaluación de Proyectos (Sem. 8)
<b>TOTAL</b>		<b>50 asignaturas</b>

Fuente: Elaboración propia



Tabla N° 36: Detalle Asignaturas Universidad de Playa Ancha

<b>Universidad de Playa Ancha</b>	<b>Formación Profesional</b>	Castellano Introducción al Estudio de la Comunicación y el Periodismo Historia del Periodismo Periodismo Informativo Periodismo Interpretativo y de Opinión Redacción Periodística Radiodifusión Seminario de Especialización en Radio Televisión y video Laboratorio Audiovisual Seminario de Especialización en Televisión Administración de la Empresa Periodística Derecho Público Axiología y Etica Legislación y Etica Periodística
	<b>Ciencias Sociales</b>	Sociología Metodología de la Investigación Antropología Cultural Ciencia Política Historia Contemporánea Historia de Chile y América Historia del Pensamiento Político Social Relaciones Internacionales Integración Político-Económica Latinoamericana Taller de Expresión Literaria Economía Educación, Ciencia y Tecnología Arte, Cultura y Espectáculo Política
	<b>Comunicación</b>	Psicología Social Teoría de la Comunicación Teoría de la Imagen Documentación Comunicación Organizacional Políticas de Comunicación Seminario de Comunicación y Cultura Publicidad y Propaganda
	<b>Generales</b>	Inglés Deportes
	<b>Proceso Titulación</b>	
<b>TOTAL</b>		<b>39 asignaturas</b>

Fuente: Elaboración propia



Tabla N° 37: Detalle Asignaturas Universidad Andrés Bello

<b>Universidad Andrés Bello</b>	<b>Formación Profesional</b>	Español I, II (Sem. 1, 2) Diseño Periodístico (Sem. 1) Prensa I, II, III, IV, V, VI (Sem. 1, 2, 3, 4, 5, 6) Historia del Periodismo (Sem. 3) Fotoperiodismo (Sem. 4) Radio I, II, III (Sem. 1, 2, 3) Televisión I, II, III, IV, V, VI (Sem. 1, 2, 3, 4, 5, 6) Empresa Informativa I, II (Sem. 7, 8) Deontología Informativa (Sem. 6) Derecho a la Información (Sem. 7) Internet I, II, III, IV, V, VI (Sem. 1, 2, 3, 4, 5, 6)
	<b>Ciencias Sociales</b>	Historia Contemporánea de Chile (Sem. 4) Historia Universal Contemporánea (Sem. 5) Instituciones Jurídico Políticas Chilenas (Sem. 8)
	<b>Comuni- cación</b>	Discurso Comunicacional (Sem. 3) Fundamentos Culturales de la Com.I, II, III, IV, V (Sem. 5, 6, 7, 8, 9) Teoría de la Comunicación I, II, III (Sem. 6, 7, 8) Comunicación Institucional (Sem. 8)
	<b>Formación General</b>	Electivo de Formación General I, II, III, IV, V, VI, VII (Sem. 2, 4, 5, 7, 9)
	<b>Proceso Titulación</b>	Seminario de Licenciatura (Sem. 7, 8) Proyecto Periodístico (Sem. 9, 10)
<b>TOTAL</b>		<b>52 asignaturas</b>

Fuente: Elaboración propia



Tabla N° 38: Detalle Asignaturas Universidad Gabriela Mistral

<b>Universidad Gabriela Mistral</b>	<b>Formación Prof.</b>	Redacción y Lenguaje (Sem. 5, 6) Fundamentos del Periodismo (Sem. 5, 6) Géneros Periodísticos I, II, III (Sem. 5, 6, 7, 8, 9, 10) Diseño Prensa Escrita (Sem. 8) Periodismo Radial (Sem. 9, 10) Periodismo Televisivo I, II (Sem. 7, 8, 9) Taller de Expresión en Cámara (Sem. 8) Edición no Lineal (Sem. 10) Etica I, II, II (Sem. 5, 6, 7, 8) Derecho y Legislación de la Información (Sem. 9)
	<b>Ciencias Sociales</b>	Teoría política y Sistemas de Gobierno (Sem. 5, 6) Instituciones Político Chilenas (Sem. 5) Sistema Internacional (Sem. 7, 8) Metodología de la Investigación (Sem. 7) Política Nacional Contemporánea (Sem. 7, 8) Análisis Internacional (Sem. 9, 10) Economía (Sem. 6) Instituciones Económicas (Sem. 7) Análisis Económico Mundial (Sem. 9) Taller Economía y Negocios (Sem. 10) Análisis Político Nacional (Sem. 9, 10)
	<b>Comuni- cación</b>	Psicología (Sem. 5) Comunicación Social (Sem. 6) Opinión Pública (Sem. 8) Comunicación Organizacional (Sem. 9, 10) Empresa y Administración (Sem. 8) Marketing (sem. 9)
	<b>Formación General</b>	Retórica (Sem. 5) Familia (Sem. 6) Diseño Páginas Web (Sem. 7) Introducción a Internet (Sem. 5, 6) Prospectiva (Sem. 10)
	<b>Proceso Titulación</b>	
<b>TOTAL</b>		<b>37 asignaturas</b>

Fuente: Elaboración propia



Tabla N° 39: Detalle Asignaturas Universidad Santo Tomás

<b>Universidad Santo Tomás</b>	<b>Formación Profesional</b>	<p>Redacción General I, II (Sem. 1, 2)</p> <p>Discurso Periodístico (Sem. 2)</p> <p>Estilo I, II (Sem. 3, 4)</p> <p>Periodismo Informativo (Sem. 3)</p> <p>Periodismo y Tiempo Presente (Sem. 1)</p> <p>Historia del Periodismo (Sem. 2)</p> <p>Fundamentos del Periodismo (Sem. 3)</p> <p>Sistema Informativo Chileno (Sem. 4)</p> <p>Fotografía y Periodismo (Sem. 4)</p> <p>Periodismo Interpretativo y de Opinión (4)</p> <p>Redacción Periodística (Sem. 5)</p> <p>Fuentes y Frentes de la Información (Sem. 6)</p> <p>Diseño Periodístico (Sem. 6)</p> <p>Medios I, II, III (Sem. 7, 8, 9)</p> <p>Periodismo y Gestión Cultural (Sem. 10)</p> <p>Documentación Informativa (Sem. 10)</p> <p>Taller de Análisis de Actualidad (Sem. 10)</p> <p>Periodismo Radial (Sem. 5)</p> <p>Periodismo Audiovisual (Sem. 6)</p> <p>Derecho de la Información (Sem. 7)</p> <p>Deontología de la Información (Sem. 8)</p> <p>Ética Profesional (Sem. 7)</p> <p>Empresa Informativa (Sem. 10)</p> <p>Redacción Electrónica (Sem. 1)</p>
	<b>Ciencias Sociales</b>	<p>Historia del Mundo Actual I, II (Sem. 1, 2)</p> <p>Teoría Social (Sem. 1)</p> <p>Cultura Y Valores (Sem. 1)</p> <p>Vida Cívica y Ciudadana (Sem. 2)</p> <p>Filosofía Tomista del Hombre (Sem. 2)</p> <p>Historia de Chile I, II (Sem. 3, 4)</p> <p>Metodología del Trabajo Intelectual (Sem. 3)</p> <p>Ideas Políticas de Occidente (Sem. 4)</p> <p>Actualidad Política Nacional (Sem. 6)</p> <p>Actualidad Política Internacional (Sem. 7)</p> <p>Relaciones Internacionales (Sem. 7)</p> <p>Actualidad Económica Nacional (Sem. 8)</p> <p>Literatura Contemporánea (Sem. 10)</p> <p>Economía (Sem. 5)</p> <p>Actualidad Económica Internacional (Sem. 9)</p>

Fuente: Elaboración propia



Tabla N° 40: Continuación detalle Asignaturas Universidad Santo Tomás

<b>Universidad Santo Tomás</b>	<b>Comunicación</b>	Teoría General de la Información (Sem. 3) Modelos de la Comunicación Social (Sem. 4) Tecnologías de la comunicación (Sem. 5) Opinión Pública (Sem. 5) Comunicación Organizacional (Sem. 6) Publicidad y Marketing (Sem. 8) Investigación de Audiencias (Sem. 9)
	<b>Generales</b>	Asignatura Complementaria I, II (Sem.2, 3) Electivo Formación General I, II, III (Sem. 5, 6, 7) Electivo Formación Profesional I, II, III, IV, V (Sem. 8, 9, 10)
	<b>Proceso Titulación</b>	Reportaje de Titulación (Sem. 10)
<b>Total</b>	<b>63 asignaturas</b>	

Fuente: Elaboración propia



Tabla N° 41: Detalle Asignaturas Universidad de Viña del Mar

<b>Universidad de Viña del Mar</b>	<b>Formación Profesional</b>	Introducción al Periodismo (Sem. 1, 2) Español I, II (Sem. 1, 2) Periodismo Informativo I, II (Sem. 3, 4) Redacción Periodística (Sem. 3) Taller de Entrevista (Sem. 4) Taller de Reportajes (Sem. 5) Periodismo Interpretativo I, II (Sem.6, 7) Taller Periodismo de Opinión (Sem. 8) Especialidades Periodísticas I, II (Sem. 9, 10) RR.PP y Periodismo Institucional (Sem. 7, 8) Radio (Sem. 5) Taller de Radio (Sem. 6) Lenguaje Audiovisual (Sem. 6) Periodismo Televisivo I, II, III (Sem. 7, 8, 9) Empresa Periodística (Sem. 5) Etica Filosófica (Sem. 8) Etica y Legislación I, II (Sem. 9, 10) Periodismo Científico (Sem. 6) Periodismo Electrónico (Sem. 7) Periodismo Gráfico (Sem. 3) Diseño Gráfico (Sem. 4) Periodismo Económico (Sem. 7)
	<b>Ciencias Sociales</b>	Introducción a la Historia I, II (Sem. 1, 2) Historia Universal I, II (Sem. 3, 4) Historia de Chile y de América I, II (Sem. 5, 6) Política Internacional I, II (Sem. 7, 8) Lenguaje Literario (Sem. 5) Lógica y Argumentación (Sem. 2) Seminario de Integración (Sem. 7) Administración (Sem. 3) Economía (Sem. 4) Teoría Política (Sem. 9)
	<b>Comuni- cación</b>	Comunicación Publicitaria (Sem. 6) Expresión Oral (Sem. 8)
	<b>Formación General</b>	Inglés I, II, III, IV, V, VI, VII, VIII Tecnologías de la Información (Sem. 4) Ciencia y Tecnología (Sem. 5)
	<b>Proceso Titulación</b>	
<b>TOTAL</b>		<b>55 asignaturas</b>

Fuente: Elaboración propia



Tabla N° 42: Detalle Asignaturas Universidad Adolfo Ibáñez

<b>Universidad Adolfo Ibáñez</b>	<b>Formación Prof.</b>	Fundamentos del Periodismo (Sem. 5) Industria de la Información y la Entretención (Sem. 8) Estructura de la Empresa Periodística (Sem. 7) Cine y Televisión (Sem. 7)
	<b>Ciencias Sociales</b>	La Persona Humana (Sem. 1) Historia Antigua (Sem. 1) Literatura Clásica (Sem.1.) Grandes Preguntas de la Filosofía (Sem. 1) De la Administración (Sem.2) Economía y Escasez (Sem. 2) Ética y Vida (Sem. 2) Historia Medieval (Sem. 2) Literatura Medieval (Sem. 2) Análisis de Textos Filosóficos (Sem. 2) Instituciones e Ideas Políticas (Sem. 3) Grandes Temas de la Historia (Sem. 3) Historia Moderna (Sem. 3) Literatura Moderna (Sem. 3) Orden Social I y II (Sem. 3 y 4) Literatura (Sem. 4) Derecho y Sociedad (Sem. 4) Chile en su Historia (Sem. 4) Historia Contemporánea (Sem. 4) Literatura Contemporánea (Sem. 4) Narración de No Ficción (Sem. 6)
	<b>Comunicación</b>	Expresión Teorías de la Comunicación (Sem. 8)
	<b>Formación General</b>	Ciencia y Tecnología (Sem. 1) Belleza y arte (Sem. 3) Asignatura de Mención Principal (16 en total) Latín I, II, III, IV (Sem. 3, 4, 5, 6)
	<b>Proceso Titulación</b>	
<b>TOTAL</b>		<b>50 asignaturas</b>

Fuente: Elaboración propia



Tabla N° 43: Detalle Asignaturas Universidad de Los Andes

<b>Universidad de Los Andes</b>	<b>Formación Profesional</b>	Lengua Castellana I, II (Sem. 1 y 3) Fotografía (Sem. 1 y 2) Introducción al Periodismo (Sem. 1 y 2) Taller de Prensa Escrita (Sem. 3 y 4) Redacción y Estilo (Sem. 4) Taller de Medios (Sem. 5 y 6) Reportaje (Sem. 7) Periodismo Organizacional (Sem. 7) Taller de Crítica (Sem. 7) Taller de Radio Taller de Televisión I, II y III (Sem. 4, 5, y 6) Reportaje en Televisión (Sem. 8) Derecho e Instituciones (Sem. 1 y 2) Etica (Sem. 4) Etica Periodística (Sem. 5 y 6) Políticas de la Información (Sem. 7) Locución (Sem. 1) Diseño Periodístico (Sem. 6) Periodismo Especializado (Sem. 7 y 8) Derecho a la Información (Sem. 8)
	<b>Ciencias Sociales</b>	Metodología de la Investigación (Sem. 8) Chile y América Latina Reciente I y II (Sem. 5 y 6) Sociología (Sem. 3) Periodismo y Literatura (Sem. 1 y 2) Introducción a la Filosofía (Sem. 1) Antropología Filosófica (Sem. 2) Actualidad I "Historia del Mundo y de Chile en s. XX" (Sem 1 y 2) Actualidad II "Literatura en el s. XX" (Sem. 3) Actualidad III "Artes Audiovisuales en el s. XX" (Sem. 4) Actualidad IV "Pensamiento Político Actual" (Sem. 5) Actualidad V "Ideologías en el s. XX" (Sem. 6) Verdad y Realidad (Sem. 3) Economía (Sem. 3 y 4) Teología I y II (Sem. 3 y 5) Documentación (Sem. 5) Información Internacional I y II (Sem. 5 y 6) Economía y Medios (Sem. 7) Gestión y Medios (Sem. 8) Teología Moral (Sem. 8) Doctrina Social de la Iglesia (Sem. 10) Seminario de Investigación I y II (Sem. 9 y 10)
	<b>Comunicación</b>	Teoría de la Comunicación (Sem. 4) Opinión Pública y Comunicación (Sem. 9)

Fuente: Elaboración propia



Tabla N° 44: Continuación Detalle Asignaturas Universidad de Los Andes

<b>Universidad de Los Andes</b>	<b>Formación General</b>	Seminario de Actualidad I, II, III y IV (Sem. 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 y 8) Inglés (Sem. 8) Optativo Profesional I y II (Sem. 9 y 10) Optativo General I, II y III (Sem. 9 y 10) Nuevas Tendencias (Sem. 10)
	<b>Proceso Titulación</b>	Proyecto Periodístico (Sem. 9) Examen de Título (Sem. 10)
	<b>Total</b>	<b>57 Asignaturas</b>

Fuente: Elaboración propia



Tabla N° 45: Detalle Asignaturas UNIACC

<b>UNIACC</b>	<b>Formación Profesional</b>	Introducción al Periodismo (Sem. 1) Expresión Escrita I y II (Sem. 1 y 2) Fotografía (Sem. 2) Periodismo Informativo I y II (Sem. 2 y 3) Redacción Periodística I y II (Sem. 3 y 4) Periodismo Interpretativo y de Opinión (Sem. 4) Reportaje Fotográfico (Sem. 4) Taller de Prensa (Sem. 5) Investigación Periodística (Sem. 5) Taller de Entrevistas (Sem. 6) Taller de Reportajes (Sem. 6) Periodismo Institucional y Corporativo (Sem. 8) Edición Periodística (Sem. 8) Radio (Sem. 4) Periodismo Radial (Sem. 5) Medios Audiovisuales (Sem. 3) Taller de Televisión I y II (Sem. 4 y 5) Taller de Periodismo Audiovisual (Sem. 6) Taller de Periodismo Digital (Sem. 7) Legislación Periodística (Sem. 6) Seminario de Etica Profesional (Sem. 8) Técnicas Gráficas y de Impresión (Sem. 3) Periodismo Deportivo (Sem. (Sem. 5) Periodismo Policial y Judicial (Sem. 6) Periodismo Económico (Sem. 7) Periodismo Científico y Tecnológico (Sem. 7) Periodismo Político (Sem. 7) Periodismo de Artes, Cultura y Espectáculos (Sem. 8) Taller de Periodismo Multimedia (Sem. 8)
	<b>Ciencias Sociales</b>	Antropología Sociocultural (Sem. 1) Historia Contemporánea Universal (Sem. 3) Fundamentos de Filosofía (Sem. 1) Filosofía Contemporánea (Sem. 2) Fundamentos Numéricos y Estadísticos (Sem. 2) Tópicos de Gestión (Sem. 3) Seminario de Cultura y Sociedad (Sem. 3) Formulación y Evaluación de Proyectos Profesionales (Sem. 4) Ciencia Política (Sem. 6) Seminario de Desarrollo de Competencias Profesionales (Sem. 7) Historia de Chile (Sem. 4)
	<b>Comunicación</b>	Teoría del Lenguaje (Sem. 1) Comunicación (Sem. 1) Teoría de la Información y las Comunicaciones I y II (Sem. 1 y 2) Taller de Expresividad y Comunicación (Sem. 2) Promoción y Marketing (Sem. 5)

Fuente: Elaboración propia



Tabla N° 46: Continuación Detalle Asignaturas UNIACC

<b>UNIACC</b>	<b>Formación General</b>	Inglés I, II, III y IV (Sem. 1, 2, 3 y 4) Taller de Lenguaje y Com. Bilingüe I, II, III y IV (Sem. 5, 6, 7, y 8) Seminario de Desarrollo y Crecimiento Personal (Sem. 1) Seminario de Creatividad (Sem. 2) Seminario de Innovación y Emprendimiento (Sem. 4) Seminario de Actualidad Nacional (Sem. 7) Electivo Complementario I, II y III (Sem. 5, 6, y 7) Seminario de Actualidad Internacional (Sem. 8)
	<b>Proceso Titulación</b>	Seminario de Título (Sem. 8) Proyecto de Título (Sem. 10) Examen de Título (Sem. 10)
<b>Total</b>		<b>68 asignaturas</b>

Fuente: Elaboración propia



Tabla N° 47: Detalle Asignaturas Universidad del Desarrollo

<b>Universidad del Desarrollo</b>	<b>Formación Profesional</b>	Introducción al Periodismo (Sem. 1) Expresión Escrita I, II y III (Sem. 1, 2 y 3) Estilo y Géneros Periodísticos (Sem. 2) Redacción Periodística I y II (Sem. 3) Fotografía Periodística (Sem. 3) Análisis de Audiencias Periodismo Informativo I y II (Sem. 5 y 6) Locución (Sem. 5) Derecho a la Información Responsabilidad Social (Sem. 5) Lenguaje Audiovisual (Sem. 6) Periodismo Radial (Sem. 6) Etica Periodística (Sem. 6) Periodismo Interpretativo (Sem. 7) Periodismo Televisivo (Sem. 7) Taller de Entrevista (Sem. 7) Medios Interactivos (Sem. 7) Diseño Gráfico (Sem. 7) Periodismo de Investigación (Sem. 8) Reportajes de Televisión (Sem. 8) Periodismo Digital (Sem. 8) Taller de Profundización I, II, III, IV, V y VI (Sem. 9)
	<b>Ciencias Sociales</b>	Mundo Contemporáneo (Sem. 1) Economía (Sem. 1) Ciencias Sociales y Comunicación (Sem. 1) Chile Contemporáneo (Sem. 2) Actualidad Económica (Sem. 2) Actualidad Nacional (Sem. 3) Metodología de la Investigación (Sem. 3) Ideas y Pensadores (Sem. 3) Actualidad Internacional (Sem. 4) Antropología y Etica (Sem. 4) Seminario de Investigación (Sem. 8)
	<b>Comunicación</b>	Emprendimiento y Liderazgo (Sem. 2) Teoría de la Comunicación I y II (Sem. 3 y 4) Gestión de Empresas (Sem. 6) Marketing (Sem. 7) Comunicación Corporativa (Sem. 9)
	<b>Formación General</b>	Computación (Sem. 1) Introducción a la Vida Universitaria (Sem. 1) Optativo I, II, III, IV y V (Sem. 2, 4, 5, y 6)
	<b>Proceso Titulación</b>	Seminario de Título (Sem. 10)
<b>TOTAL</b>		<b>51 asignaturas</b>

Fuente: Elaboración propia



# Anexo IV

## Acreditación

El siguiente es el proceso de Acreditación General establecido por la Comisión Nacional de Acreditación de Pregrado, bajo el cual se rige la carrera de Periodismo, ya que tal como se mencionó en el Análisis Académico, no tiene un criterio específico.

### **Criterios Genéricos de Evaluación de Carreras Profesionales**

Los criterios y estándares de evaluación han sido elaborado por la Secretaría Técnica de la CNAP, a partir de los diversos documentos de criterios elaborados por sus Comités Técnico, con la finalidad de orientar procesos de autoevaluación y evaluación externa, estableciendo patrones de evaluación de acuerdo a diversas áreas de desarrollo de una carrera.

Estos criterios han sido desglosados en diversos estándares en los que se utiliza la expresión debe, para aquellos aspectos cuyo cumplimiento es obligatorio para la acreditación del programa, y la expresión debiera para aquellos, cuyo cumplimiento es recomendable. Cabe destacar que aquellos aspectos definidos como recomendables, podrán ser exigibles para la acreditación en posteriores ciclos de evaluación de la carrera, según se determine previamente.

Debido a que se trata de un documento genérico, el capítulo relativo a perfil profesional y estructura curricular mantiene definiciones generales, las que, sin



embargo, deben complementarse a partir de la definición de perfil profesional que la propia carrera se haya dado.

Por último, y considerando la diversidad de formas de la organización académica, se ha optado por utilizar el término unidad para describir cualquier estructura responsable de la carrera que se someta a la acreditación. Así, según sea el caso, la unidad definida por la universidad respectiva puede ser: Escuela, Facultad, Instituto u otro.

Se establecen 9 criterios generales de evaluación:

## **1.- Propósitos**

La unidad en la cual se inserta la carrera debe contar con una declaración explícita de propósitos claramente definidos y susceptibles de verificación posterior, concordante con la misión y propósitos de la institución a la cual pertenece. Asimismo, el programa o carrera debe contar con una clara definición de sus metas y objetivos, incluyendo el perfil de egreso del profesional que pretende formar. En particular, cuando la carrera conducente al título profesional considera, además, un grado académico, éste debe encontrarse justificado en competencias del perfil de egreso y debidamente respaldado por contenidos teóricos y metodológicos en el plan de estudios. Por último, es esencial que existan mecanismos que permitan evaluar el logro de los propósitos definidos.

1.1. La unidad debe formular explícitamente sus propósitos de tal manera que éstos permitan establecer las metas y objetivos de la carrera, definir prioridades y tomar decisiones. La misión debe incluir la identificación de aspectos significativos tales como:

1.2. La misión, propósitos y objetivos de la unidad deben ser coherentes con la misión y el proyecto de la institución en la que está inserta, enunciarse de manera



clara y concisa, y ser conocidos y comprendidos por las autoridades académicas y administrativas y por el cuerpo docente de la unidad.

1.3. La unidad debe definir con claridad las competencias (conocimientos, habilidades y actitudes) que configuran el perfil de egreso esperado para sus estudiantes, y demostrar que en dicha definición ha tomado en cuenta los siguientes antecedentes:

- a) Estado de desarrollo y actualización de los fundamentos científicos, disciplinarios o tecnológicos que subyacen a la formación que se propone entregar.
- b) Orientaciones fundamentales provenientes de la declaración de misión y los propósitos y fines de la institución en la cual se inserta la carrera.
- c) Consulta al medio profesional en el cual profesionales del área se desempeñan satisfactoriamente.

1.4. Cuando la carrera conducente al título profesional considera, además, un grado académico asociado, debe encontrarse justificado en competencias del perfil de egreso y debidamente respaldado en contenidos curriculares teóricos y metodológicos en el plan de estudios.

1.5. La unidad debe demostrar que tiene y aplica mecanismos que permiten la evaluación periódica de la misión, propósitos y objetivos de la carrera, así como su ajuste.



## 2.- Integridad

La unidad debe demostrar sus condiciones para avanzar responsablemente en el cumplimiento de sus propósitos. Debe, asimismo, proporcionar información completa, clara y realista a los usuarios de sus servicios y a sus miembros y respetar las condiciones esenciales de enseñanza en que se matricularon sus alumnos.

2.1. La unidad debe organizar y conducir los procesos de toma de decisiones en virtud de los propósitos y objetivos que se ha dado, avanzando responsablemente en el logro de los mismos.

2.2. Los programas, recursos y equipamiento de que dispone la carrera deben guardar relación con sus propósitos.

2.3. La unidad debe cuidar que exista un adecuado equilibrio entre el número de alumnos que ingresan a cada curso y el total de recursos del programa, considerando sus académicos, su infraestructura, equipamiento y su presupuesto.

2.4. La publicidad de la unidad, y en general, la información directa o indirectamente entregada al público, debe ser clara y expresar fielmente la realidad de la institución.

2.5. La unidad debe reunir y generar información completa acerca de los servicios que ofrece y sus principales características, la que debe ser difundida a los usuarios y a la comunidad en general. Asimismo, la unidad debe proporcionar a los estudiantes los servicios ofrecidos y respetar las condiciones esenciales de enseñanza bajo las cuales éstos ingresaron a la carrera.



2.6. La información relativa a los procesos académicos de los alumnos debe estar registrada adecuadamente y ser accesible para su consulta. Asimismo, la unidad debe contemplar mecanismos adecuados para corregir posibles errores en los registros.

2.7. El cuerpo directivo superior de la unidad debe adoptar sus decisiones con criterio académico. La unidad debe establecer procedimientos adecuados para resolver conflictos de intereses al momento de adoptar sus decisiones.

2.8. La unidad debe organizar y conducir los procesos de toma de decisiones de acuerdo a la ley y respectivos reglamentos. Asimismo, la unidad debe perfeccionar permanentemente las reglamentaciones y normativas internas de manera que los procesos de toma de decisiones sean públicamente conocidos y debidamente aplicados.

2.9. La unidad debe contar con un reglamento claro y ampliamente difundido donde se establezcan los derechos y deberes de los estudiantes, y se considere aspectos tales como carga docente, calificaciones, normas relativas a la promoción, plan de estudio y eliminación, procedimientos y disposiciones de homologación y convalidación de estudios previos, comportamiento estudiantil y otros.

2.10. La reglamentación académica y las normas aplicadas a los estudiantes, académicos y personal de apoyo debieran permitirles organizarse en función de sus intereses estamentales.



### **3.- Estructura organizacional, administrativa y financiera**

La unidad debe demostrar que dispone de un adecuado sistema de gobierno y que cuenta con una eficaz gestión institucional, administrativa y financiera, incluyendo mecanismos para evaluar el grado de cumplimiento de sus metas y objetivos.

3.1. La unidad y la institución a la que pertenece deben tener una estructura organizacional, que facilite el logro exitoso de su misión y objetivos. La administración y la gestión de la unidad deben responder debidamente al desarrollo de las funciones establecidas en su misión y objetivos.

3.2. La unidad debe tener un cuerpo directivo superior, con responsabilidades, funciones y atribuciones claramente definidas.

3.3. Los académicos que desempeñan las funciones directivas superiores deben contar con las calificaciones y la experiencia necesarias. Dichas calificaciones y experiencia debieran incluir tanto antecedentes académicos como de gestión.

3.4. La unidad debe tender al mejoramiento de la calidad del servicio formativo que ofrece a través de un proceso de evaluación permanente. En el proceso de evaluación, la unidad debe utilizar instrumentos que le permitan progresar y fortalecer su capacidad de auto regulación, considerando los criterios generales y específicos de evaluación y las recomendaciones que impartan entidades de acreditación reconocidas.

3.5. La organización de la unidad debe contar con adecuados mecanismos que permitan al cuerpo académico participar en la formulación de planes y programas,



en el desarrollo de recursos humanos y en la identificación de los recursos educacionales requeridos.

3.6. En la unidad deben existir mecanismos de comunicación y sistemas de información eficaces y claramente establecidos, que faciliten la coordinación de sus miembros en las materias que son propias de sus funciones.

3.7. La unidad debe contar con los recursos financieros necesarios, para llevar a cabo satisfactoriamente las actividades que le son propias.

3.8. La institución en la cual se inserta la unidad debe garantizar la estabilidad y viabilidad financiera de ésta, ejerciendo una administración idónea y apropiada de los recursos financieros en función de los propósitos que la unidad ha definido. En

este sentido, la administración financiera debe contemplar, a lo menos, una adecuada planificación y mecanismos eficaces de control presupuestario.

#### **4.- Estructura curricular**

La unidad debe estructurar el currículo de la carrera en función del perfil de egreso previamente definido, considerando tanto las competencias directamente vinculadas al desempeño profesional como las de carácter general y complementario.

4.1. El plan de estudios y los respectivos programas deben ser consistentes con la declaración de principios y objetivos de la unidad y con las definiciones y perfil de egreso de la carrera.



4.2. El plan de estudios y los respectivos programas deben ser coherentes, coordinados y de público conocimiento de los estudiantes.

4.3. Los programas de estudio de la carrera, deben integrar actividades teóricas y prácticas que garanticen la experiencia de los alumnos en labores de terreno. Asimismo, deben proporcionar instancias de vinculación con el medio externo a través de actividades tales como visitas técnicas y prácticas en instituciones afines.

4.4. Para el proceso de titulación, los estudiantes deben desarrollar una actividad en la que demuestren su capacidad para integrar la formación disciplinaria y profesional recibida, a través de: el desarrollo de tesis o proyectos profesionales refrendados con documentos evaluables y/o la realización de una práctica supervisada y evaluada, de acuerdo a los objetivos definidos en el plan de estudios.

4.5. La unidad debe contar con mecanismos o disposiciones que permitan evaluar periódicamente el plan de estudios y las programas, proponer modificaciones y evaluarlas en función de su actualización. Dicha evaluación debiera considerar opiniones internas y externas, de académicos, estudiantes, titulados, empleadores y otros cuerpos especializados cuando corresponda.

4.6. El plan de estudios debiera contemplar explícitamente objetivos de aprendizaje de carácter general, tales como:

- Comunicación: Capacidad para comunicarse de manera efectiva a través de el lenguaje oral y escrito, y del lenguaje técnico y computacional necesario para el ejercicio de la profesión.



-Pensamiento crítico: Capacidad para utilizar el conocimiento, la experiencia y el razonamiento para emitir juicios fundados.

-Solución de problemas: Capacidad para identificar problemas, planificar estrategias y enfrentarlos.

-Interacción social: Capacidad para formar parte de equipos de trabajo, y participar en proyectos grupales.

- Autoaprendizaje e iniciativa personal: Inquietud y búsqueda permanente de nuevos conocimientos y capacidad de aplicarlos y perfeccionar sus conocimientos anteriores.

-Formación y consistencia ética: Capacidad para asumir principios éticos y respetar los principios del otro, como norma de convivencia social.

-Pensamiento Globalizado: Capacidad para comprender los aspectos interdependientes del mundo globalizado.

-Formación Ciudadana: Capacidad para integrarse a la comunidad y participar responsablemente en la vida ciudadana.

-Sensibilidad estética: Capacidad de apreciar y valorar diversas formas artísticas y los contextos de donde provienen.

4.7. La unidad debe garantizar que la formación profesional se realiza en un ambiente de desarrollo intelectual y personal propio de una comunidad académica.



## 5.- Recursos humanos

La unidad debe demostrar que cuenta con una dotación académica adecuada en número, dedicación y calificaciones para cubrir el conjunto de funciones definidas en sus propósitos. La unidad debe tener criterios claros y conocidos para la selección, contratación, perfeccionamiento y evaluación de su personal académico y administrativo.

5.1. La unidad debe disponer de docentes idóneos, en número suficiente y con la dedicación necesaria, para cumplir sus funciones y objetivos en las distintas áreas de su quehacer.

5.2. La idoneidad del cuerpo docente debe establecerse tomando en consideración la formación recibida, su experiencia en el ámbito académico o profesional, o su producción en el campo científico, profesional o educativo.

5.3. La unidad debe establecer claramente las políticas, normas y mecanismos de incorporación, evaluación y promoción de los académicos, de acuerdo a los propósitos y objetivos que haya establecido previamente en su declaración de misión, reflejando su compromiso con calidad y la transparencia de los procedimientos.

5.4. La unidad debe contar con un sistema de perfeccionamiento docente que permita la actualización de sus académicos tanto en los aspectos pedagógicos como en los propiamente disciplinarios y profesionales. El sistema debiera considerar acciones tales como el acceso a programas de posgrado o postítulo, la asistencia a congresos y reuniones técnicas nacionales e internacionales, la realización de pasantías o el intercambio de académicos.



5.5. La unidad debe incentivar a sus académicos a participar en actividades de docencia, investigación, desarrollo tecnológico u otras que se deriven de su proyecto institucional. Asimismo, la unidad debiera contar con mecanismos que permitan a sus académicos participar en proyectos interinstitucionales con el objeto de compartir experiencias y fomentar la calidad de la formación de profesionales del rubro.

5.6. La unidad debe contar con mecanismos que permitan la evaluación y desarrollo de la actividad docente. Estos mecanismos debieran considerar la opinión de los estudiantes.

5.7. La unidad debe contar con personal administrativo, técnico y de apoyo debidamente capacitado, suficiente en número y dedicación horaria para cumplir adecuadamente sus funciones y cubrir las necesidades de desarrollo del plan de estudios.

## **6.- Efectividad del proceso enseñanza – aprendizaje**

La unidad debe poseer criterios de admisión claramente establecidos, públicos y apropiados a las exigencias de su plan de estudios. El proceso de enseñanza debe tomar en cuenta las competencias de los estudiantes y los requerimientos del plan de estudios, proporcionando oportunidades de aprendizaje teóricas y prácticas, según corresponda. La unidad debe demostrar que los mecanismos de evaluación aplicados a los estudiantes permiten comprobar el logro de los objetivos planteados en el programa de estudios.

6.1. La unidad debe establecer claramente sus criterios y mecanismos de admisión de alumnos. Estos deben ser de conocimiento público y apropiados para



que los estudiantes tengan oportunidad de alcanzar el grado y título profesional en un plazo razonable.

6.2. La unidad debe realizar un diagnóstico de la preparación de los alumnos que ingresan a la carrera, tomando en consideración los resultados de dicho diagnóstico en el diseño del plan de estudios y en el establecimiento de instancias de nivelación iniciales y oportunas.

6.3. La unidad debe demostrar que los mecanismos de evaluación aplicados a los estudiantes permiten comprobar el logro de los objetivos definidos, incluyendo aprendizaje cognoscitivo, la adquisición de destrezas prácticas y la habilidad para resolver problemas, según corresponda.

6.4. La unidad debe contar con normas claras relativas a los requisitos de graduación y titulación de sus estudiantes.

6.6. La unidad debe realizar un análisis sistemático de las causas de deserción de los estudiantes y definir acciones tendientes a su disminución progresiva.

6.5. La unidad debiera desarrollar mecanismos de orientación académica o tutoría de los alumnos, a fin de monitorear rigurosamente su desempeño académico a lo largo de la carrera, y aplicar las acciones o medidas que sea necesario.

## **7.- Resultados del proceso formativo**

La unidad debe desarrollar procesos de seguimiento de egresados y establecer vínculos con empleadores y eventuales fuentes laborales de la profesión. La unidad debe utilizar los antecedentes recogidos como fruto de los



anteriores procesos para actualizar y perfeccionar los planes y programas de estudio e impulsar diversas actividades de actualización de los egresados.

La unidad debe aplicar un sistema que permita medir la eficiencia de la enseñanza, que considere el tiempo medio real de egreso de los estudiantes con relación a la duración oficial de la carrera. En el tiempo, estos indicadores debieran tender a coincidir.

La unidad debe desarrollar procesos de seguimiento de egresados que sean indicativos de la labor que efectúan y del grado de impacto de su desempeño en los ámbitos disciplinario, profesional y social.

La unidad debe establecer y utilizar vínculos con empleadores y eventuales fuentes laborales de la profesión.

La unidad debiera utilizar los antecedentes recogidos como fruto de los anteriores procesos para actualizar y perfeccionar los planes y programas de estudios e impulsar diversas actividades de actualización y formación continua de los egresados.

## **8.- Infraestructura, apoyo técnico y recursos para la enseñanza**

La unidad debe proporcionar las instalaciones y recursos (infraestructura, instalaciones, laboratorios, talleres, biblioteca, equipamiento, etc.) que sean necesarios para satisfacer plenamente sus propósitos, lograr los resultados de aprendizaje esperados y cumplir su proyecto de desarrollo. Estos deben ser apropiados en número y calidad, y encontrarse en buenas condiciones de mantención y actualización. La unidad debe asimismo demostrar que el proceso de enseñanza considera el uso adecuado y frecuente de los recursos. La unidad



debiera tener y aplicar mecanismos claros para identificar y resolver las necesidades de adquisición y renovación de los recursos.

## **8.1. Biblioteca**

8.1.1. La unidad debe asegurar a sus docentes y estudiantes el acceso a una biblioteca que disponga de instalaciones, equipos, personal especializado y procesos técnicos que permitan proporcionarles una adecuada atención.

8.1.2. La biblioteca debe contar con una dotación suficiente de textos, libros, revistas científicas y otros materiales necesarios para la docencia, debidamente actualizados, concordantes con las necesidades del perfil de egreso, el plan de estudios y las orientaciones y principios institucionales.

8.1.3. La biblioteca debiera constituirse en un sistema de información con acceso a redes.

## **8.2. Recintos e instalaciones**

8.2.1. La unidad debe contar con infraestructura e instalaciones adecuadas, proporcionales al tamaño y a las actividades de la unidad, accesibles y seguras para sus miembros.

## **8.3. Laboratorios y talleres**

8.3.1. La unidad debe contar con talleres, laboratorios y equipamiento especializado en cantidad suficiente, actualizados y seguros, que faciliten el logro de los objetivos planteados en el plan de estudios.



## **8.4. Equipos**

8.4.1. La unidad debe disponer de recursos computacionales suficientes en cantidad, calidad y actualización, que permitan desarrollar las actividades propias de la carrera, aprovechando adecuadamente los adelantos tecnológicos vigentes.

8.4.2. La unidad debe disponer de los recursos de apoyo al proceso de enseñanza aprendizaje concordantes al nivel de desarrollo tecnológico propio de la carrera en sus aspectos disciplinarios, profesionales y pedagógicos.

8.5. La unidad debe garantizar a sus académicos y estudiantes el acceso oportuno a los recintos, instalaciones y biblioteca, considerando la disponibilidad de recursos educacionales, el horario de atención y los servicios prestados.

8.6. La unidad debiera cautelar que sus recintos e instalaciones sean accesibles a académicos, estudiantes y administrativos minusválidos.

8.7. Los docentes de la unidad deben desarrollar y mantener actualizados los materiales didácticos, guías y apuntes que faciliten el aprendizaje.

8.8. Los docentes deben estimular el uso de los recursos educacionales por parte de los estudiantes, desarrollando actividades que promuevan su capacidad de aprendizaje autónomo.

8.9. La unidad debe proveer las facilidades necesarias para llevar a cabo prácticas profesionales, salidas a terreno, trabajos de titulación, tesis de grado o cualquier otra actividad contemplada en el plan de estudios.

8.10. La unidad debe contar con mecanismos eficaces para identificar y satisfacer las necesidades de reposición, mantenimiento y actualización de las instalaciones,



equipos y recursos para la enseñanza, considerando el desarrollo actual de la carrera y sus proyecciones hacia el futuro.

8.11. La institución debe contar con instrumentos legales que respalden, a largo plazo, el uso o propiedad de la infraestructura y las instalaciones que sirven a la unidad, asegurando su disponibilidad en el tiempo y las facilidades de acceso acordes con las necesidades del plan de estudios.

8.12. Los estudiantes de la unidad o la institución a la que pertenecen debieran contar con un programa adecuado de servicios para atenderles en sus problemas y necesidades personales de carácter socioeconómico y de salud, el que debe ser conocido por toda la comunidad.

## **9.- Vinculación con el medio**

La unidad debe mantener vínculos con el ámbito disciplinario y profesional que le corresponde, con el fin de actualizar el conocimiento que imparte, conocer el estado del arte en dicho ámbito y exponer a sus docentes y estudiantes a ideas, información y trabajos de especialistas externos. Asimismo, debiera identificar, conocer y analizar su entorno significativo y considerar dicha información para la planificación de sus actividades. En todos los casos, debe definir una política clara y explícita que le permita planificar, organizar y desarrollar las actividades que elija llevar a cabo, asignando los recursos de todo tipo que sean necesarios.

9.1. La unidad debe contar con una política explícita para promover la actualización profesional y disciplinaria de sus académicos, indicando las acciones consideradas, los mecanismos de acceso a ellas los recursos que se le asignan y la forma en que serán consideradas en la evaluación académica.



9.2. La unidad debe contar con una política explícita que oriente las actividades de investigación que decida desarrollar. Esta política debiera considerar al menos la definición de áreas prioritarias, la dotación de recursos humanos y las fuentes de recursos para desarrollar las actividades propias de esta función.

9.3. La unidad debe considerar mecanismos y formas de vinculación eficaces con los sectores social, productivo y de servicio que le son afines, así como el seguimiento y evaluación de los resultados de las actividades que emprenda en este ámbito.

9.4. La unidad debiera considerar la participación externa, sobre todo del sector profesional y productivo, en sus instancias de planificación, desarrollo, revisión de planes y programas de estudio y en las relaciones de vinculación.

9.5. La unidad debiera llevar a cabo actividades de extensión que le permitan poner a disposición de la comunidad que haya definido como su 'área de influencia', los conocimientos y competencias que desarrolle. Estas actividades deben enmarcarse en una política clara y explícita.

9.6. En caso de que la unidad desarrolle actividades de prestación de servicios, estas deben organizarse de manera clara y explícita, para no interferir con las tareas prioritarias de la carrera.



## EQUIPO DE TRABAJO

Participaron en la elaboración de este proyecto:

<i>Darcy Fuenzalida O'Shee</i>	Director del Proyecto	Profesor UTFSM
<i>Digna Escobar Olave</i>	Coordinador General	Ingeniero Comercial
<i>Cristián Pizarro Allard</i>	Experto	Periodista, Licenciado en Ciencias de la Comunicación
<i>Catherine Villegas Sanhueza</i>	Analista	Periodista, Licenciada en Ciencias de la Comunicación
<i>Jorge Cea Valencia</i>	Evaluador	Estudios de Ingeniería Civil Industrial

