Concurso académico 2027

Viña del Mar

UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ
ESCUELA DE COMUNICACIONES Y PERIODISMO

La Escuela de Comunicaciones y Periodismo (ECP) de la Universidad Adolfo Ibáñez (UAI), llama a concurso para ocupar plaza de **académico/a especial jornada completa** en el área de las comunicaciones, con funciones en el Campus Viña del Mar y disponibilidad para hacer también clases en Santiago, en el segundo ciclo de especialización o postgrado.

Este concurso convoca especialmente a quienes tengan un perfil versátil, creativo e innovador, con experiencia en docencia de pregrado, capacidad para liderar proyectos, emprender, articular redes en ecosistemas regionales e interés en fortalecer la vinculación con el medio en forma consistente con la visión de la ECP.

» DEFINICIÓN DE LA POSICIÓN

- Jornada completa, con perfil versátil, creativo e innovador, para liderar el desarrollo de proyectos de impacto y fortalecer las iniciativas de vinculación con el medio. Se valorará, pero no será requisito mínimo, desarrollar investigación académica o aplicada. Se requiere experiencia en docencia de pregrado, así como capacidad para trabajar de manera colaborativa y generar nuevas oportunidades de desarrollo institucional. Las funciones se desempeñarán de forma presencial en el Campus Viña del Mar, pero debe tener disponibilidad para hacer también clases en Santiago, en el segundo ciclo de especialización o postgrado.

» ÁREAS PREFERENTES

Se valorarán académicos/as que desarrollen una línea de docencia innovadora, con potencial aplicado, de gestión y de vinculación con el medio en las áreas preferentes que desarrolla la ECP:

1. Industrias creativas, emprendimiento e innovación

Esta área aborda el desarrollo de las industrias creativas y culturales, el emprendimiento y la innovación en productos, servicios y contenidos de comunicación, con especial atención a su potencial de desarrollo territorial y regional. Potenciales líneas de interés:

• Contenidos audiovisuales y formatos digitales emergentes: documental transmedia y producción creativa de no ficción.

• Narrativas audiovisuales, transmedia y formatos para plataformas digitales.

• Industrias creativas: *start-ups*, innovación y tecnología.

• Industrias creativas: cultura y entretenimiento.

• Nuevas narrativas: interactividad, gamificación y videojuegos.

• Contenidos multimediales de marca y *branded content*.

• Emprendimiento, innovación, diseño y desarrollo de nuevos productos y servicios de comunicación.

• Innovación en formatos, modelos de negocio y audiencias de medios e industrias culturales.

• Economía creativa, gestión cultural y desarrollo territorial y regional.

• Diseño de experiencias, eventos y proyectos culturales.

• Vinculación con el medio, alianzas con organizaciones y proyectos colaborativos con la comunidad.

2. Impacto digital, innovación en la sociedad

Esta área aborda las transformaciones culturales, organizacionales y laborales derivadas de la digitalización y la integración de la inteligencia artificial en el sector de las comunicaciones, las industrias creativas, las organizaciones y prácticas sociales. Potenciales líneas de interés:

• Tecnología, IA generativa, automatización y cambios en la producción cultural y/o prácticas sociales.

• Comunicación humana, digital y robótica.

• Entorno digital, redes y educación.

• IA y periodismo, o en el ejercicio de las comunicaciones en organizaciones.

• Transformaciones en industrias creativas y medios.

• Producción cultural en plataformas digitales.

• Comunicación y proceso de innovación.

• Estudios sobre streaming, música, diseño, cine y contenidos online.

• IA, reconfiguración de la producción creativa y debates éticos y regulatorios.

3. Comunicaciones e innovación en organizaciones

• Comunicación digital, *branding* y marcas.

• Comunicaciones, cultura organizacional y bienestar.

• Comunicación, incidencia social y campañas.

• Gestión y análisis de *stakeholders*, análisis de entorno, construcción de confianza, asuntos públicos o corporativos.

• Controversias sociales y riesgos.

• Branding, marketing corporativo, reputación corporativa, comunicación organizacional.

• Comunicación digital y redes sociales.

En el escenario actual de crisis de confianza institucional y aumento de la polarización, esta área es estratégica para la ECP, ya que:

• Produce conocimiento riguroso y comparable sobre el impacto sustantivo en las organizaciones, su propósito y aporte de valor.

• Permite comprender cómo las organizaciones se insertan en ecosistemas digitales que reconfiguran percepciones y comportamientos sociales.

• Aborda controversias sociales y relación con la comunidad.

• Aporta evidencia clave para la toma de decisión de las organizaciones (empresas y/o sociedad civil).

» PERFIL ACADÉMICO (REQUISITOS Y VALORACIÓN)

• Grado académico mínimo de magíster, preferentemente en innovación, emprendimiento, comunicaciones, sociología o disciplinas afines. Se valorarán estudios realizados en el extranjero y grado de doctor, pero no son requisitos mínimos.

• Alto interés y experiencia en proyectos de vinculación con el medio integral y una mirada amplia de las comunicaciones.

• Compromiso decidido con la docencia de calidad, con experiencia comprobable en pregrado.

• Desarrollo demostrable en el mundo académico, sociedad civil o empresas, en el área de las comunicaciones, industrias creativas, emprendimiento, planificación estratégica o sostenibilidad, asuntos públicos o corporativos, en organizaciones -empresas, ONG, universidades -, sea a través de estudios, docencia, investigación, consultorías o del ejercicio profesional.

• No es requisito mínimo, pero sí se valorará experiencia preferente en investigación aplicada (reportes, estudios para consultorías o académicos), entregando alguna evidencia de su capacidad para generar productos de investigación aplicada y de divulgación.

• Se valorará experiencia de liderazgo y jefatura -conducción de equipos-, con resultados comprobables, sea en gestión académica (p. ej.: dirección de programas) o en labores de gestión en general (p. ej.: coordinación, formulación, emprendimiento y gestión de proyectos) en organizaciones, sea del ámbito de la educación superior u otro.

• Habilidades de trabajo en equipo, versatilidad y flexibilidad, alto compromiso con el proyecto ECP UAI, además de capacidad para insertarse en equipos multidisciplinarios.

• Con acreditadas redes profesionales y académicas a nivel regional, nacional e internacional.

» ANTECEDENTES A PRESENTAR

Se deberán acreditar los aspectos solicitados en el apartado "perfil académico", entregando específicamente:

1. Formulario de postulación completo (anexo que acompaña las bases en el llamado a concurso).
2. Currículum Vitae actualizado con lista de asignaturas dictadas en pre y postgrado, preferentemente informando las evaluaciones recibidas; acciones relevantes de extensión y vinculación con el medio; experiencia en gestión y trayectoria profesional; proyectos y equipos a cargo; eventuales publicaciones, exposiciones en conferencias o congresos, y participación en otros comités.
3. Carta de intención que sintetice el aporte que espera entregar al desarrollo de la ECP y del Campus Viña del Mar, considerando docencia, y su proyección en liderazgo y gestión de proyectos, y en vinculación con el medio.
4. Copia digitalizada de sus grados académicos obtenidos, así como certificaciones de lengua extranjera u otros cursos concernientes a los requisitos esperados, los que podrán ser solicitados en su versión original tras la selección.

*Opcional: se valorarán cartas de recomendación de al menos un/a académico/a y/o experto/a del área, nacional y/o internacional.

» PROCESO DE EVALUACIÓN DE POSTULACIONES

Plazo máximo para envío de antecedentes: miércoles 6 de enero de 2027

Etapas del proceso de selección:

1. Evaluación de antecedentes: una comisión de selección académica evaluará los antecedentes y realizará una preselección de candidatos/as.

2. Entrevista y presentación de preseleccionados (semana del 11 de enero 2027): los/as preseleccionados/as deberán realizar una “clase” ante el comité de selección académica, abierta a la comunidad académica, para la evaluación de su desempeño en este campo, junto a una breve exposición sobre su visión de las comunicaciones, su proyecto de investigación y de lo que espera aportar al proyecto ECP. Preferentemente presencial (para quienes viven en Chile), campus Viña del Mar.

3. Selección final (semana del 18 de enero 2027): nueva entrevista con autoridades ECP. Preferentemente presencial (para quienes viven en Chile), campus Viña del Mar.

4. Resultados: cuarta semana de enero o primera semana de febrero 2027.

5. Contratación e inicio de labores: marzo 2027.

» CONSULTAS Y RECEPCIÓN DE ANTECEDENTES

A cargo de la Secretaria Académica de la Escuela de Comunicaciones y Periodismo, Tamina Hepner (tamina.hepner@uai.cl). Ante cualquier consulta sobre el concurso o los antecedentes de postulación, agradeceremos contactarse por esa vía hasta una semana antes del *deadline* de postulación.

*La jerarquización del/de la docente se realizará posterior a su contratación, según los antecedentes que la acrediten y la normativa de la universidad.

UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ
ESCUELA DE COMUNICACIONES Y PERIODISMO

Las *comunicaciones* en el centro de las **transformaciones**

SOBRE LA ESCUELA DE COMUNICACIONES Y PERIODISMO UAI

El ejercicio comunicacional cruza todos los ámbitos: la ciencia, la política, la economía, la recreación y la sociedad civil, todos ámbitos que necesitan para su operación y validación la gestión de comunicaciones, lo que implica que organizaciones y profesionales de diversos ámbitos necesitan desarrollar competencias en esta área. Ante esa realidad, las

transformaciones disruptivas actuales y por venir, y las tendencias observadas en universidades a nivel internacional, la ECP ha innovado en sus programas curriculares y diversificando su oferta formativa. Nuestra "causa" es formar a personas de distintas áreas profesionales, en pre y postgrados y educación ejecutiva, con una visión amplia y sólida de las comunicaciones y contribuir intelectual y socialmente como una disciplina de las ciencias sociales, y su potencial transformador.

Ante la transición que vive la disciplina y el entorno, la ECP diseñó un Plan Estratégico con el fin de implementar un nuevo proceso de transformación y asentar un modelo educativo, de contribución intelectual y aporte a la sociedad, que potencie un enfoque comprensivo del quehacer comunicacional, basados en la siguiente visión y propósito:

VISIÓN
"Entendemos que las comunicaciones están en el centro de las transformaciones, y que como tales tienen un rol prominente en todo tipo de organizaciones y el sistema democrático. Las comunicaciones están cambiando más rápido que nunca, producto de la digitalización. Lo que reafirma nuestra visión de comunicaciones comprometidas con la calidad informativa y la verdad, y que con ello aporten al ejercicio democrático".
PROPÓSITO
"Nos inspira ser una Escuela que contribuya al proceso de transformación de las comunicaciones y el periodismo, a través de la formación de estudiantes y generación de conocimientos en temas emergentes y futuros de la disciplina, que cooperen con el desarrollo de las organizaciones, el sistema democrático y la sociedad en su conjunto. Por eso, promovemos un modelo educativo, de contribución intelectual y vínculo con la sociedad que potencia un enfoque interdisciplinario, diverso, con mirada futuro, con alta atención en la rigurosidad y el compromiso con la verdad y el diálogo".

Como parte de su Plan Estratégico, la ECP se ha orientado a generar nuevos modelos de formación, investigación y vínculo con el medio e innovación y creación de programas en postgrado en temas emergentes y futuros, con un enfoque amplio de las comunicaciones, lo que permite una contribución intelectual relevante, a través de la investigación aplicada en áreas de avanzada, incidencia y vínculo con el medio, con el fin de enriquecer la formación de sus estudiantes y el conocimiento social respecto a las nuevas prácticas de comunicación.

Así, en los últimos años, la ECP realizó macroajustes curriculares en sus programas de pre y postgrados, que fomentan modelos formativos sólidos, interdisciplinarios y que permiten la articulación con distintas disciplinas. También creó nuevos programas y diplomados, potenció y redireccionó su aporte en investigación y vínculo con el medio centrado en comunicación digital y política. Se crearon el centro LEAS - Laboratorio de Encuestas y Análisis Social-, el programa de Ciudadanía Digital, e iniciativas como Cultura Social Media, Observatorio de Datos y *Fact-checking*, y Región F (visibilización de mujeres).

La Escuela cuenta con un equipo que integra académicos de planta regular (investigación) y especial (solo docencia, con mayor trayectoria en el mundo profesional) de áreas diversas (periodismo, historia, comunicaciones, sociología y psicología). Sus núcleos docentes principales están asociados a la comunicación y política; comunicación y medios; impacto y cultura digital y redes sociales y comunicación estratégica.

» VISIÓN DE DOCENCIA

La ECP pone un énfasis particular en la calidad de la docencia y en la experiencia de aprendizaje de sus estudiantes. Para ello cuenta con una gobernanza curricular liderada por la vicedecanatura y un comité curricular permanente que hace seguimiento continuo del plan de estudios. A partir de lo que han recogido estudiantes y profesores, se han hecho ajustes como el microajuste del cuarto año, que redujo la fragmentación y equilibró la carga académica. También se reforzaron ayudantías, laboratorios y tutorías en las asignaturas más exigentes, y se formalizó un Plan de Mejora de Evaluación Docente. El propósito es favorecer aprendizajes más profundos, prácticos e integrados, sin bajar los estándares académicos.

» PREGRADO

Desde 2024, en sus campus de Viña del Mar y Santiago, la ECP implementa un nuevo modelo curricular de pregrado "3+1+1": una Licenciatura en Comunicación Social de tres años, con un plan común más cercano a las ciencias sociales, flexible e interdisciplinario, seguido de las salidas profesionales en Periodismo o Comunicación Estratégica (con opción de doble título) y de la articulación con el Magíster en Comunicación e Innovación. A ello se sumó recientemente una articulación con Ingeniería Comercial, que extiende esta lógica a un segundo campo disciplinar.

» **POSTGRADO** (Santiago)

A nivel de postgrado, la ECP ofrece tres programas de magíster, a través de los cuales se forman más de 200 profesionales y ejecutivos al año:

- Prontamente, Magíster en Comunicación e Innovación.
- Magíster en Dirección Estratégica de Comunicaciones (con más de 15 años de trayectoria, junto a la Escuela de Negocios UAI).
- Magíster en Comunicación Política y Asuntos Públicos (junto a la Escuela de Gobierno UAI, desde 2016 y acreditado por 6 años desde 2025).
- Además de diplomados de la disciplina, tales como: Diplomado en Gestión Integral de Crisis (junto a la Escuela de Psicología UAI); Diplomado en Comunicación Estratégica Digital e IA; Diplomado en Comunicación Política; Diplomado en Comunicación Estratégica Integrada.

Y una oferta creciente en Educación Continua (cursos abiertos, cursos a empresas y online) en temáticas emergentes del área. Esta oferta académica congrega a un equipo docente y de estudiantes de diversos campos profesionales. Junto con ello, la ECP lidera programas y centros de investigación, tales como Ciudadanía Digital, el centro Laboratorio de Encuestas y Análisis Social (LEAS), Cultura Social Media, Observatorio de Datos *y Fact-checking*.

» LIDERAZGO, GESTIÓN Y VINCULACIÓN CON EL MEDIO

La ECP valora especialmente la capacidad de sus académicos/as para liderar proyectos de alto impacto, articular equipos multidisciplinarios y generar nuevas oportunidades de desarrollo institucional. En el Campus Viña del Mar, esto implica fortalecer las iniciativas de vinculación con el medio y las alianzas con organizaciones, instituciones y la comunidad regional, de modo que contribuyan tanto a la formación de los estudiantes como al aporte de la Escuela a su entorno.

» COMUNICACIONES INTEGRADAS, ORGANIZACIONES Y CREACIÓN DE VALOR

En la ECP, la innovación en comunicaciones se seguirá profundizando bajo el entendimiento de "comunicaciones integradas e integrales", que incluye distintos ámbitos de gestión, coherentes y consistentes con los propósitos y objetivos organizacionales. Esto implica:

- Una comprensión del entorno como base de la formulación genuinamente estratégica de la comunicación.
- Creatividad y generación estratégica de contenidos para distintas audiencias y plataformas.
- Sostenibilidad y *stakeholders* como eje de la relación entre organizaciones y sociedad.
- Vínculo con la evidencia e investigación aplicada en el área.

Todo ello, con una visión interdisciplinaria, que se traduce en una oferta académica, formativa y de investigación colaborativa con otras disciplinas, más allá de la comunicación. En ese contexto, aparece como indispensable que la docencia en comunicaciones se base en la formación de competencias que permitan comprender, analizar e identificar *insights*, y desarrollar la capacidad de manejar herramientas actualizadas, validadas y efectivas, que permitan generar resultados medibles y capaces de crear valor para las organizaciones.

» VISIÓN DE INVESTIGACIÓN

El objetivo general de la investigación es fortalecer la contribución intelectual en el campo de las comunicaciones, impacto digital y análisis de entorno. Nuestra investigación académica se centra en estudiar las tendencias emergentes y transformaciones que configuran el nuevo propósito de la escuela.

Esta investigación entrega el rigor y las bases del modelo educativo de la ECP, centrado en una visión de futuro, y alimenta su giro hacia una escuela de comunicaciones que es parte de las ciencias sociales y tiene como áreas prioritarias las transformaciones de la comunicación e impacto digital en la democracia, la cultura y las organizaciones, y las industrias de la comunicación y la creatividad.

Actualmente existe un núcleo de investigación interdisciplinario pequeño, eficiente y de alto estándar que aporte a la disciplina a nivel nacional e internacional.

ÁREAS PRINCIPALES DE INVESTIGACIÓN

La investigación desarrollada por la ECP se estructura en dos áreas prioritarias que responden y aportan a transformaciones sociales clave, a las fortalezas disciplinarias del equipo, propósito de la escuela y áreas estratégicas de la UAI (impacto digital, estado de la democracia).

1. Impacto digital en la sociedad, cultura y organizaciones

Esta área aborda las transformaciones culturales, organizacionales y laborales derivadas de la digitalización y la integración de la inteligencia artificial, plataformas y redes digitales, en el sector de las comunicaciones, las industrias creativas, las organizaciones y prácticas sociales. Posibles líneas de interés:

- Transformaciones en industrias creativas y medios.
- Comunicación estratégica y organizacional, stakeholders.
- Comunicación digital, branding y marcas.
- Controversias sociales y políticas públicas sobre tecnologías emergentes (IA, algoritmos, realidad virtual).
- Producción cultural en plataformas digitales.
- IA generativa, automatización y cambios en la producción cultural y/o prácticas sociales.
- Comunicación humana, digital y robótica.
- Comunicaciones, cultura organizacional y bienestar.
- Comunicación y proceso de innovación.
- Entorno digital, redes y educación.
- Estudios sobre streaming, música, diseño, cine y contenidos online.

Esta área busca generar conocimiento empírico y analítico para comprender:

- Cómo la digitalización - a nivel micro social - redefine prácticas organizacionales, rutinas laborales, relaciones con audiencias, y - a nivel institucional y organizacional - modelos de negocio e industrias.
- Cómo la IA y las tecnologías reconfiguran la producción creativa y abren debates éticos y regulatorios.
- El rol central de las plataformas en el consumo cultural, en la organización del trabajo y las prácticas sociales.

En esta área, la Conferencia Social Media (CSM) con invitados internacionales, que se realiza anualmente, es la plataforma de divulgación en impacto y cultura digital.

2. Impacto digital en la democracia y la opinión pública

Esta área estudia las actitudes, opiniones y comportamientos de la sociedad chilena en un contexto de acelerada transformación social y de creciente mediatización digital. Sus principales líneas son:

- Consumo informativo y uso de medios digitales.
- Ciudadanía y socialización digital.
- Transformaciones del periodismo y medios institucionales en su rol democrático.
- Confianza institucional, valoración de la democracia, polarización y participación política y su relación con medios, redes digitales e IA.
- Cambios culturales y percepciones sociales que afectan la cohesión social, con énfasis en las transformaciones en un entorno digital.

En el escenario actual de crisis de confianza institucional y aumento de la polarización, esta área es estratégica para la ECP ya que:

- Produce conocimiento riguroso y comparable sobre ciudadanía, medios e instituciones.
- Permite comprender cómo los ecosistemas digitales reconfiguran percepciones y comportamientos sociales.
- Aporta evidencia clave para políticas públicas, alfabetización mediática, transformaciones y desafíos de medios de comunicación institucional y fortalecimiento democrático.

En esta área existen programas de investigación aplicada o vinculación con el medio, como LEAS (Laboratorio de Encuestas y Análisis Social); Ciudadanía Digital y el Observatorio de Datos.