

Mayo 2011.  
Número 33. Año XI

# UBPRESS

Universidad Blas Pascal



**Política y Comunicación**  
las reglas de juego en un año electoral

---



# Jornadas de Puertas Abiertas

La Universidad Blas Pascal invita a docentes y alumnos próximos a egresar a participar de su ciclo "Para Aprender en la Universidad".

En el marco de sus Jornadas de Puertas Abiertas, la UBP les propone una instancia de reflexión sobre la formación, el aprendizaje, dudas y desafíos a los que se enfrentarán los alumnos en la Universidad.

Un recorrido por el Campus de la UBP y una charla con los directores de las carreras de interés de los participantes completan esta propuesta, que desde los inicios convoca a los protagonistas de las escuelas secundarias de Córdoba.

**Actividad gratuita con inscripción previa. Inscripción en:** [www.ubp.edu.ar/jpa](http://www.ubp.edu.ar/jpa)

Servicio de transporte gratuito desde la Sede Centro (Lima 363) a las 16 hs. **Informes:** (0351) - 414 4444/4555 - 0810 8223 3827

## Sumario

|                         |    |
|-------------------------|----|
| Política y Comunicación | 4  |
| Columnista invitado     | 7  |
| Nuestros alumnos opinan | 8  |
| Empresas y Capacitación | 10 |
| Comunidad               | 12 |
| Carreras UBP            | 14 |
| Graduado UBP            | 16 |

10 LAS  
CANCIONES  
REDOMENDADAS



[www.ubp.edu.ar/radio](http://www.ubp.edu.ar/radio)

- 1) **All of the lights** - Kanye West
- 2) **Hasta la verdad** - Javiera Mena
- 3) **Where I'm going** - Cut Copy
- 4) **Vino Mariani** - Carlos Indio Solari
- 5) **Safe** - Duran Duran & Ana Matronic
- 6) **Feliz lunes** - Pequeño ser
- 7) **Cold war** - Janelle Monáe
- 8) **Manfrey** - Los Mersey Mustards
- 9) **Honeytrap** - We have a band
- 10) **Summertime** - Elvira

Si sos estudiante o egresado de la UBP y tenés un proyecto musical (pop, rock, electrónica, reggae, etc.) solista o el grupo, escribinos a [radiopascal@ubp.edu.ar](mailto:radiopascal@ubp.edu.ar) para que tu música forme parte de la programación de RADIO PASCAL 93.3 FM



fm93.3



# Editorial

## 2011, año de cambios

2011, un año electoral. Un año que no puede sino dar lugar a épocas de cambios y transformaciones, marcado por la apertura de nuevos caminos, la posibilidad de elegir, el desafío de continuar y la siempre prioritaria meta de crecer.

En este marco, el UBPress renueva su imagen y da un giro a sus contenidos, buscando generar un espacio de confluencia de múltiples voces y visiones, reflejando en sus páginas la vida de la Comunidad UB y los hechos que atraviesan nuestra coyuntura.

Este nuevo UBPress se acerca a la comunidad cordobesa no sólo a través de la difusión de sus actividades, muestras, y talleres, sino fundamentalmente mediante un espacio para la participación de una amplia diversidad de actores, que aportan su análisis y abren un nuevo lugar para el diálogo y la reflexión sobre nuestra realidad.

Los invitamos a recorrer en estas páginas un nutrido análisis del panorama electoral de este año, de la mano de José Luis Taricco y Roberto Battaglini y complementado por la voz de nuestros alumnos; conocer la propuesta cultural de la Secretaría de Extensión y adentrarse en los aportes de formación continua, posgrado y oferta de grado que la UB genera.

Redacción UBPress.



### UBPress

Es una publicación de la Universidad Blas Pascal.  
Centro: Lima 363 (5000), Córdoba. Tel: (0351) 414-4555  
Campus: Donato Álvarez 380 (5147), Argüello. Tel: (0351) 414-4444  
prensa@ubp.edu.ar - <http://www.ubp.edu.ar>

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de UBPress y los editores no asumen responsabilidad alguna por su contenido y/o autoría. Esta edición consta de 15.000 ejemplares.

**Distribución:** Equipo de Difusión Interna UB, Coterránea, Punto a Punto y Comercio y Justicia.

Agradecemos a:



quien dentro del marco del Convenio de Colaboración firmado con nuestra Universidad, ha apoyado la edición de esta publicación.

### STAFF:

**Sec. de Redacción:** Lic. Ana Julia Capuccino  
**Redacción:** Lic. Ana Julia Capuccino - Carolina Ford  
**Diseño:** Romina Antonio  
**Fotografía y edición fotográfica:** Andrés Blanco  
**Comité Asesor:** Eduardo Sanchez Martínez, Rubén Ayme, Lucía Collado, Marco Lorenzatti  
**Colaboran en este número:**  
Roberto Battaglini, José Luis Taricco, Verónica Molas, Gerardo Torres Muró y Juan Peralta.  
Diego Quiroga, Ana Cecconello, Directores de Carrera y Aula Universitaria.  
Los alumnos Amalia Bernabé, Gustavo Cocuche, Marcos Odetti, Nicolás Torre y Violeta Nieva Varela.

# Política y Comunicación; las reglas de juego en un año electoral

Escribe: **José Luis Taricco.**

Profesor Universitario en UBP y UNC, Consultor.

¿Quién duda de que este será un año más movidito que todos los anteriores?. Nadie, los actores están ya entrando al escenario, la política electoral del año comenzó y el juego de la actuación está en el centro de la escena...

La agenda electoral está tan carga-

da que no alcanzan los centímetros de diarios, las emisiones radiales ni las imágenes de TV para registrar tanto movimiento pre-electoral y electoral. Provincias, municipios y la gran elección nacional son los escenarios naturales donde los partidos tradicionales compiten con nuevos partidos y sistemas de alianzas...y todos tras la pesca del gran nuevo elector, el "independiente".

Si tuviéramos que diferenciar este año 2011 de otros años electorales ¿cuáles son las características del escenario político-social que han variado?

Veamos por parte. La macro política y la economía manda sobre los escenarios locales y regionales. Los liderazgos nuevos vs. los viejos. El aumento de los independientes, el cambio generacional. Los cambios tecnológicos comunicacionales entre otros, son los principales indicadores que determinan los actos eleccionarios en este 2011.

Analicemos cada uno de ellos:

## **Cristina y la Oposición**

El país está dividido como hace muchos años no acontece, en dos grandes bloques, se es oficialista, por tanto Kichnerista, o se es opositor, donde entran todos los demás (de derechas a izquierdas). El fenómeno tiene varias componentes.

El modelo económico-político hegemónico da cuenta de cierta sustentabilidad, sumado a una presidenta que superó a su propio marido y supo captar, cada vez más, sectores de clase media y juventud que cualquier bloque opositor muere por cohesionar.

Por otro lado la oposición está fragmentada, al menos en tres bloques de importancia diferencial, como son; el Peronismo Federal, el Macrismo, De Narvaez y algo más, lo que se caracteriza como la derecha en la política argentina. Los Radicales, con sus internas al rojo vivo. Saenz, Alfonsín, Cobos, que también tensionan la relación por K, anti K, dado la cantidad de Radicales K que hay en el País. La nueva izquierda reciclada, Solanas, Binner, Sabatella, que intentan seducir tanto al electorado histórico de izquierda como a los jóvenes e independientes. La característica que los une a todos ellos es una distancia enorme con lo que, según los estudios de Opinión, "mide" la presidenta

Cristina y una falta de iniciativa y visualización de propuestas que mejoren o superen los logros económicos y sociales percibidos como positivos por un alto porcentaje de ciudadanos del gobierno actual.

## A la caza de los "independientes"

Este modelo para armar de la política nacional se reproduce al interior de las Provincias, el escenario nacional manda sobre las particularidades locales. Porque a la masa de afiliados y simpatizantes de cada quien hay que sumarle un cada vez más importante número de electores "independientes", que según donde vaya el peso relativo de su voto, termina definiendo las elecciones. Ya se vio en Catamarca, en Río Negro en las internas de la UCR, y se seguirá viendo en cada nueva elección.

No es menor el dato demográfico, que va mostrando cómo las nuevas generaciones son cada vez más importantes en números a la hora de la votación. Lo que hoy es un fenómeno emergente para el 2015 será un hecho evidente. El electorado en la Argentina estará compuesto en casi un 70% por electores jóvenes de un promedio de edad entre 18 a 44 años.

## El cambio generacional

Estas nuevas generaciones están compuesta por jóvenes que acaban de despertar de su constitución individualista, volviéndose proclives a la "política" como actividad social, y que no vienen de militancias en partidos tradicionales, de izquierdas, populares o derechas, sino de la vida social ....Bienvenidos sean. Pero ellos están más educados, mejor formados e informados a partir de un mundo de plena interconectividad, dado entre otras cuestiones por las tecnologías de Internet y sus combinaciones electrónicas. Son jóvenes que movilizarán a las estructuras partidarias tradicionales, contribuirán a crear unas nuevas y pondrán en jaque a los sistemas electorales y sociales cuantas veces consideren oportuno.

Pero es posible advertir también, que no son proclives a la organicidad permanente y menos a una militancia obsecuente, por tanto serán volátiles por largo tiempo.

## Viejas y nuevas figuras políticas

En la medida que se evalúan las últimas campañas en Argentina y el Mundo se observa también un movimiento social que es proclive a ir detrás de nuevas figuras, con más vínculos con

| BABY BOOMERS                                   | GENERACION X                                                                 | GENERACION Y                                                  | GENERACION GOOGLE                                                            |
|------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| 1946 - 1964                                    | 1964 - 1980                                                                  | 1981 - 1993                                                   | 1993 - 2008                                                                  |
| Hijos de la Segunda Guerra Mundial             | Juventud de los 80's<br>Cultura de masas                                     | Adolescentes del nuevo milenio / Millennials                  | Nativos digitales<br>Hiperconectados                                         |
| Primera transmisión de TV en Argentina en 1951 | Primera transmisión de TV color en 1978<br>Video Clips<br>Computadora de 64K | Comienzos de Internet<br>Globalización<br>Teléfonos Celulares | Multimediales<br>Internet + que TV<br>Conectados en redes sociales virtuales |

Características de las generaciones según año de nacimiento, (Sociología Norteamericana).

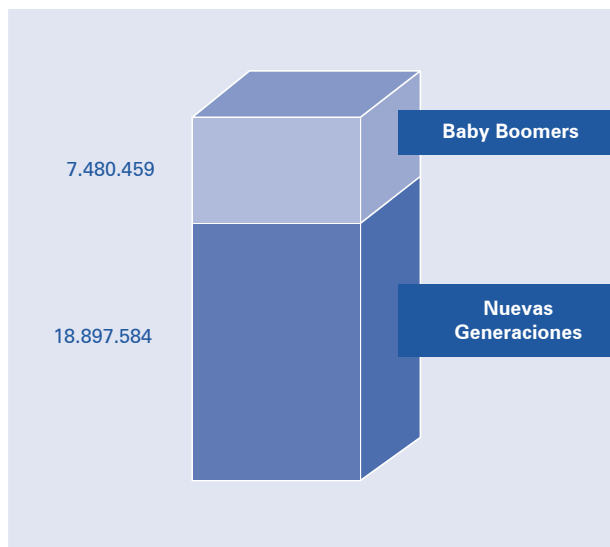
los sectores más jóvenes, con signos de apertura y flexibilidad (Obama, caso Brasil, caso Catamarca, Río Negro). Las percepciones se mueven hacia candidatos que son o más jóvenes o más nuevos en el liderazgo político. Hay un imaginario de la renovación de figuras.

## El cambio tecnológico comunicacional

Finalmente todo se puede comprender mejor si analizamos el modelo de comunicación horizontal posibilitado por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, y su impacto en la política.

De la "publicidad política", típico de los años 60, se fue mudando al modelo del "marketing político", típico de los años 90; hoy estamos frente a un modelo de "Comunicaciones Integradas", donde no hay recurso que no se utilice y no hay sector social que no se comunique de modo segmentado, hay un tipo de discurso para cada posible elector.

Las campañas integran un conjunto de estrategias que articulan la gestión de prensa con todos los medios posibles (radios, TV, Diarios) en sistemas de entrevistas y notas de interés. La campaña "publicitaria" que integra todos los medios (masivos, directos, callejeros, internet, etc.), las estrategias de movilización de los candidatos en cuanto evento sea posible, las caminatas, las reuniones y actos se combinan en agendas diarias donde se crean relaciones personales con sectores, instituciones y grupos poblacionales de acercamiento al diálogo y conocimiento del "político-actor", posicionado por los grandes medios. Todo ello orientado por los estudios previos de "opinión" sobre múl-



Estimación de población en Argentina 2015



tiples temas que les permite articular discursos acordes con las necesidades de la gente.

Una ayuda extra que se ha incluido en las últimas campañas, después del uso estratégico que hiciera Barak Obama en EEUU, es el uso de toda la tecnología que ofrece internet, tanto en el diseño de Páginas Web propias, como el uso de las redes sociales ( Facebook, Twiter,) combinado con la telefonía celular. Ello en el marco de estrategias por localidad y por segmento social, lo que permite un vínculo permanente con el electorado del sector medio y alto.

### **Sin embargo “no todo lo que brilla es oro”**

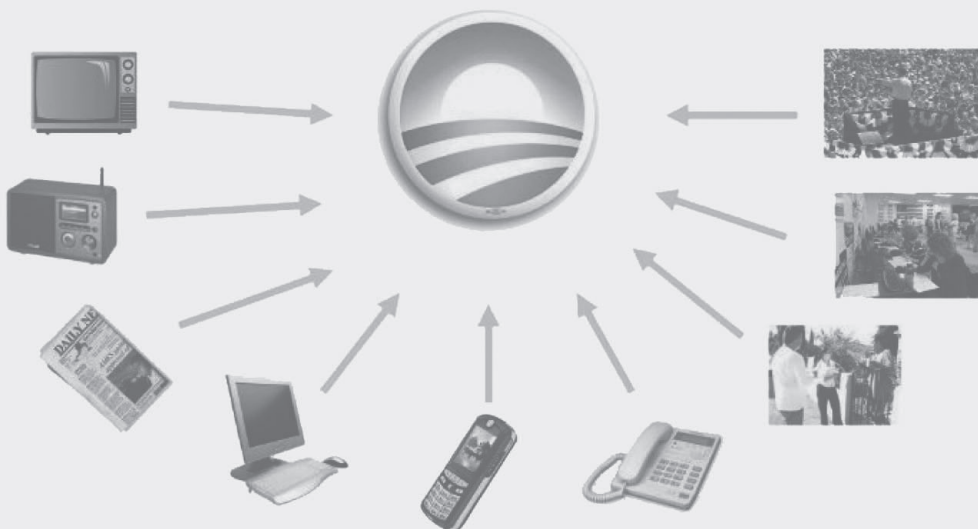
Si observamos cada una de las campañas políticas de estos últimos tiempos, aún no ha mermado la guerra de “aparatos”, como se le dice en la jerga. Esto es la capacidad de cada partido de movilizar tropa propia y ajena a través de múltiples métodos no muy santos.... Los autos que se alquilan el día de la elección para el “acarreo”, los dineros puestos en bolsillo con boletas, los subsidios cruzados para fines personales, el dinero negro aportado a las campañas, las promesas de facilidades, prerrogativas y miradas para otro lado a empresas, instituciones y privados, siguen jugando un rol sustancial a la hora de “arrimar electores”. Las viejas estructuras y modos de la política se funden y confunden con nuevas maneras y tecnologías.

Las estrategias de vida y supervivencia de los actores sociales es la que prima a la hora de decidir su voto, no caben dudas que a mayor calificación (educativa, social) de los ciudadanos más difícil son los actos eleccionarios.

### **Mejorar la Comunicación de la Política**

El deber es trabajar conjuntamente entre los métodos y técnicas de comunicación y las necesidades de la política, tanto en elecciones como en gestión de gobierno, para tener cada vez más transparencia, mejores actores y gestores de lo político, mejores equipos técnicos y planes de futuro. Sólo la mayor conciencia y compromiso ciudadano lograrán esta meta. 

## **Mix de Medios Integrados**



## Columnista invitado

La opinión de **Roberto Battaglini** sobre las Elecciones Provinciales.



### El combate entre el pasado y el futuro

Será una campaña corta pero de una intensidad con escasos antecedentes. La disputa por el poder en Córdoba pondrá mucho en juego, más que por lo que implica gobernar la provincia cuatro años que por el riesgo para el futuro político de los candidatos y partidos que competirán.

Las elecciones provinciales tienen cada vez menos peso en un país que ha acentuado su esquema de concentración de recursos y decisiones en el Gobierno nacional, con un centralismo que relega a actores de repartos a los mandatarios de los distritos.

Por citar sólo un ejemplo, a los 20 días que asuma el próximo gobernador de Córdoba se vence el acuerdo con la Nación de financiamiento del déficit de la Caja de Jubilaciones. Los envíos del Anses representan alrededor del 40 por ciento de lo que le paga la Caja a jubilados y pensionados cordobeses. Sin ese acuerdo, no hay gobernabilidad posible en la provincia.

Es apenas una muestra de que la bravía que demostrarán José Manuel de la Sota, Luis Juez y Oscar Aguad en la campaña es más la puesta en escena de actores políticos de peso que las de futuros gobernantes de una provincia en condiciones de diseñar políticas propias de desarrollo. De hecho, y más allá de la polémica entre las gestiones de Cristina Fernández de Kirchner y Juan Schiaretti, la mayor parte de la obra pública que se hace en la provincia y en los municipios proviene de fondos nacionales, que —en realidad— son recursos que debieran ser administrados por los gobiernos locales.

En mayor o menor medida, todos los actores de esta campaña provincial han tenido una relación de sujeción al poder central cuando les tocó gobernar en distintas instancias. De la Sota lo hizo con Carlos Menem y Néstor Kirchner, Juez con Kirchner y Aguad, como ministro de Gobierno de Ramón Mestre, con Menem.

Los tres principales candidatos a gobernador tienen mucho pasado. Pero todos dirán que lo mejor lo mostrarán en el futuro. Y ese será un tema central en esta campaña, que tendrá cruces de ideas y propuestas, pero también mucho de choque personal, golpes bajos, proselitismo sucio. Cada uno buscará mostrar los logros de su paso como gobernador, intendente o ministro-interventor, pero los rivales pondrán el acento en los errores. Por ende, la tenida entre el pasado y el futuro tendrá a los cordobeses como espectadores de un partido de tenis.

Después de tres gestiones consecutivas del justicialismo, el tema del cambio y la continuidad será central. La opinión de los cordobeses es contradictoria. Por un lado, hay un pronunciamiento importante a favor de una renovación de signo político; por otro, hay una valoración favorable de la gestión provincial.

Los opositores Juez y Aguad cabalgarán sobre el primer punto y De la Sota, sobre el segundo. A De la Sota le convendrá que los dos rivales crezcan parejo para que repartan las preferencias de ese electorado que quiere cambiar. Si Juez o Aguad, uno llega rezagado al último tramo de campaña, la polarización puede perjudicar las chances del oficialismo.

Por primera vez, Córdoba tendrá una campaña dirigida por consultores políticos que vienen de asesorar a candidatos presidenciales en la región. Y una campaña en la que se gastará una cantidad importante de dinero, muy por encima de los topes impuestos por la nueva legislación electoral provincial, que será sistemática burlada.

La boleta única aparece como una novedad, en una provincia sensibilizada por la traumática experiencia de la elección anterior de 2007. El sistema es muy probable que funcione sin grandes problemas, salvo que se repita el escenario de paridad de la anterior votación.

Y es muy probable que Córdoba vuelva a mostrar comportamientos electorales muy divididos en toda su geografía provincial. La Capital y alrededores votarán muy distinto que las ciudades y localidades del interior más alejadas. Y eso revela fortalezas y debilidades de los candidatos, que han sabido entablar lazos fuertes en ciertas zonas con el electorado pero que no lograron penetrar o son rechazados en otras.

Y el gran desafío para el que gane, después de una campaña donde el pasado pueda tener más peso que el futuro, es lograr —justamente— invertir esa ecuación. 

# Nuestros alumnos opinan

---

## Panorama Electoral 2011

### **Elecciones 2011**

*GUSTAVO COCUCHE, Estudiante de Comunicación Institucional*

Ante una elección, la población se llena de esperanzas y miedos. Tenemos tantas ganas de que, sea cual sea el gobierno que asuma el poder, todo mejore o cambie para bien. como miedos de que todo empeore, de que nos vaya peor, de perder. Porque a veces se trata de ganar o perder, y nadie quiere perder. Escuchamos discursos que prometen y discursos que intentan descalificar a otros discursos. Tenemos pocas certezas. Voto estratégico o voto ideológico: votamos por lo que creemos o porque analizamos lo que puede llegar a suceder si un candidato "x" gana.

Se muestran candidatos, caras, imágenes, slogans, se exaltan características positivas, como si tuviéramos que comprar un producto. Si bien la política tiene puntos de contacto con la publicidad, al momento de elegir un representante deberíamos hacerlo por la plataforma del partido al que pertenece, por las ideas que transmite o por las que actúa, por su idoneidad, por las cualidades del producto y no sólo por su imagen (por lo que se muestra de él), su discurso previamente preparado para sonar bien o por cómo descalifica a sus adversarios. Tampoco elegirlo por lo que nos da a cambio para que lo votemos, de ninguna manera.

Lo importante en una elección es elegir responsablemente. Lo importante es hacer uso del derecho que tenemos como ciudadanos miembros de una comunidad que puede elegir a sus representantes a través del voto. Entonces, vayamos a votar. Nos informemos previamente: partidos, proyectos e ideas. Escuchemos. Después vayamos a hacer uso de ese derecho y expresemos nuestra voluntad. Llamemos a votar responsablemente. Hagamos lo que nos corresponde para luego poder exigir lo mismo a quienes nos representen. Votar responsablemente.

---

### **El camino hacia una nueva Argentina**

*VIOLETA NIEVA VARELA, Estudiante de Arquitectura*

Nuevamente nos encontramos en períodos electivos, las expectativas son múltiples y las internas políticas dan que hablar. Sin em-

bargo, año tras año se repiten las mismas acciones pre-electivas, aumentos de salarios sorpresivos, vacantes de puestos de trabajo impensables, obras de infraestructuras desmedidas, engaños a los sectores más carenciados con promesas de trabajo que nunca llegaran, el fin, miles y miles de acciones que nunca ven la luz del día.

Es por esto que debemos replantearnos hacia donde queremos dirigir el rumbo de nuestro país, tener una visión amplia y no dejarnos llevar por esperanzas de políticos fervientes de votos. Por ello los próximos mandatarios deberán ser personas que sepan escuchar la voz del pueblo, personas que sean capaces de cumplir con planes a largo plazo y principalmente transparentes. Con esto me refiero a que los próximos ingresantes deberán ser honestos y sinceros en la actual situación de la Argentina, sin llenarnos de falsas expectativas y de fachadas ilustrativas de una situación que año tras año se desborda en todo sentido.

Por lo tanto se deberá aprender de los errores de los anteriores gobiernos, aprender de la historia que nos dejó más de una vez un gran bache y también observar a los demás países. "Buscar soluciones y no atraer más problemas", creo que sería la frase que más de un político debería recordar.

En definitiva, en las próximas elecciones deberemos elegir a un candidato que sepa guiar al país hacia un nuevo camino de reestructuración y reorganización en todos los niveles y sea capaz de comprometerse en planes a largo plazo al fin de lograr un crecimiento paulatino y satisfactorio para toda la sociedad.

---

### **El escenario electoral**

*NICOLÁS TORRE, Estudiante de Diseño Gráfico*

Creo que el panorama electoral para este 2011 se da en un ámbito de profundas discusiones sobre los modelos a aplicar y las metodologías para gobernarnos, pero aun así rescato el clima nada convulsionado con respecto al 2001 (hace solo 10 años). Existe estabilidad institucional y la tranquilidad necesaria para que cada uno se exprese según su entendimiento en las urnas sin ningún tipo de presión.



Es importante saber que este gobierno, más allá de las críticas que se le puedan achacar, ha vuelto a insertar la política como tema de discusión general.

La política como un tema para compartir con amigos, familiares y lejos esta de ser algo aburrido o únicamente para unos pocos. También se ha abierto el juego periodístico (que influye en la población) de manera tal que los medios de comunicación han mostrado cuáles son sus intereses y discursos antes nunca cuestionados o puestos en duda.

Existe un escenario totalmente democrático para la opinión en donde todos podemos debatir y dar nuestro punto de vista incluyendo visiones antes totalmente tapadas como la de los pueblos originarios, trabajadores sindicales, artistas, periodistas, etc.

---

### **Hablemos de política**

*MARCOS ODETTI, Estudiante de Comunicación Institucional*

Nos encontramos en un año de elecciones; en las calles se respira el clima electoral, los papelitos y los panfletos caracterizados por esos colores azules y colorados - peronistas y radicales- tiñen las paredes y los postes de nuestra ciudad.

Las próximas elecciones serán el 7 de agosto, y en ellas Córdoba elegirá Gobernador. La novedad será la aparición de la boleta única que reemplazará la lista sábana, y organizará el cuarto oscuro -que ya no estará repleto de votos- y la instauración del voto electrónico que agilizará el proceso y el conteo.

Los principales candidatos son: el ex-gobernador De la Sota (PJ), el Dr. Luis Juez y Oscar Aguad (UCR).

Considero que el Dr. Luis Juez tiene un fuerte posicionamiento de imagen en Córdoba, aunque las encuestas telefónicas lo sitúan unos puntos por debajo de De la Sota, quien tiene el apoyo del actual gobernador Juan Schiaretti. De todas maneras quedan cuatro meses de campaña y debates, y es muy temprano para poder predecir las elecciones; a pesar de ello el Dr. Juez tiene el apoyo de gran parte de la municipalidad, después de haberla sobrepoblado con personas que ocupaban cargos y puestos innecesarios, sumiéndola en un pozo de crisis económica. Juez además, ha ganado la aceptación de gran parte de la población cordobesa, ya sea mediante esa particular forma de hablar con la cual se sienten identificados los cordobeses o por la manera en la que confronta a los K.

Sea cual sea la razón, recuerden que hace 28

años que la Argentina se basa en una política regida por la democracia; el voto no hay que tomarlo como una obligación sino como un derecho. No votemos en blanco, votemos con conciencia.

---

### **ELECCIONES 2011**

*AMALIA BERNABÉ, Estudiante de Abogacía.*

Seguimos en la misma situación de siempre. Las ansias de poder eterno, de revancha política y hasta personal, y el egocentrismo de candidatos sucesivamente presentados como una nueva propuesta (aunque de nuevos, no tienen nada), hacen que el pueblo se estrese, se enoje, y así como está, vaya a votar. Por supuesto hay gente que vota de acuerdo a sus convicciones, que siguen un "modelo". Otras personas, no saben qué hacer con la boleta en la mano, adentro del cuarto oscuro. Y en otros casos, como en el fútbol, cada cual tiene su corazoncito y se vota al candidato que lleve el color partidario preferido, sin mirar la plataforma.

Quiero invitar a una reflexión. Probablemente sea simple para muchos, pero para mí es tan básica como necesaria.

Como pueblo, creo que lo que nos falta es memoria. No solamente aplicada a recordar el '76 y sus consecuencias, sino MEMORIA en general.

NO OLVIDAR las alianzas, las críticas, las peleas, las reconciliaciones. Si miramos un poco hacia atrás, nos podemos dar cuenta que no se han renovado candidatos, ni se han actualizado propuestas. Todo está más que reciclado, y detrás de las caras nuevas encontramos al conocido.

Si me preguntaran a quién votaría yo, les diría que a aquel que proponga y cumpla con un CAMBIO profundo, importante, que nos haga más cultos, más críticos, más difíciles de convencer. Pido alguien que se anime a admitir que nos falta educación, pero de la buena, educación que forme como ciudadano, ni la moralidad extrema, ni el anarquismo soslayado. Me gustaría que se instale la conducta de que cada cual pueda ejercer sus derechos, pero en la medida que no afecte el ejercicio de los derechos de otros. Estamos en un punto donde el pueblo exprime y acorrala al mismo pueblo.

Veo claramente que como sociedad estamos experimentando muchos cambios, y creo que es hora de que, en vez de oprimirnos entre nosotros, empujemos a nuestros dirigentes hacia una política sincera, transparente y lógica.

**"Nuestros alumnos opinan"** es una nueva sección en la cuál los estudiantes de la UBP pueden expresar sus ideas y pensamientos en relación a los diferentes temas de la coyuntura que son abordados en cada edición del UBPress.

*Envíanos tu opinión para el próximo número, sobre la situación medio ambiental de nuestra provincia. Si estás interesado en participar, escribinos a [prensa@ubp.edu.ar](mailto:prensa@ubp.edu.ar), y nos comunicaremos con vos para darte más detalles.*

# Empresas y Capacitación

## Educación Continua y Posgrado

### La UBP colabora con Proyecto Internacional

La Secretaría de Educación Continua, a través de su participación en la comisión directiva de la Red de Educación Continua de Latinoamérica y Europa (RECLA), se encuentra colaborando con el Proyecto "Transatlantic Lifelong Learning: Rebalancing Relations (TRALL)", coordinado por la Universidad de Bolonia y financiado por la Comisión Europea (Alfa III). El proyecto tiene por objetivo apoyar a las instituciones de educación superior de América Latina a establecer una política de aprendizaje permanente y mejorar el conocimiento del rol de las instituciones de educación superior como actores de la formación contribuyendo a satisfacer las necesidades de la sociedad.

El proyecto TRALL reúne a más de 20 prestigiosas Universidades de Latinoamérica y Europa quienes han sido seleccionadas para trabajar de forma conjunta en el desarrollo de las herramientas necesarias para planificar estratégicamente, evaluar, organizar, ejecutar y promover el aprendizaje permanente. De esta forma la UBP continúa creciendo en un proceso de internacionalización que, la vincula con las Universidades más prestigiosas del mundo, y le permite fortalecer su posición generando conocimiento para el aprovechamiento no solo de Argentina, sino de toda la región.

### Programas de Crédito Fiscal para Capacitación

La UBP es una Unidad Capacitadora Registrada en el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación y en la SEPYPE (Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa); esto le permite diseñar, e implementar proyectos que se enmarquen en los programas de Crédito Fiscal para Capacitación de ambos organismos, los cuales promueven la educación continua y formación de trabajadores de pequeñas, medianas y grandes empresas.

Dentro de estas convocatorias de proyectos las empresas tienen diversas posibilidades entre las que se destacan: formación en competencias específicas de sus trabajadores operativos, capacitación en management y gestión para sus mandos medios y gerenciales, capacitación a su cadena de valor (clientes y/o proveedores).

Este año los llamados para proyectos han iniciado en el mes de abril y la gran novedad es que se han ampliado los cupos disponibles alcanzando la suma de \$85 millones para todo

el país, versus \$65 millones del año 2010. Para recibir más información y asesoramiento en el diseño de proyectos comunicarse a [empresas@ubp.edu.ar](mailto:empresas@ubp.edu.ar) o al teléfono 4144444 int. 421/422

### Marketing Digital, de la UBP a Ecuador

Luego de haber sido pioneros en Argentina con la propuesta del Programa de Posgrado en Marketing Digital, actividad que ya lleva cuatro ediciones, y que ha formado a más de 100 profesionales, se avecina un proceso de internacionalización.

A partir de mayo, tendrá lugar en simultáneo en las ciudades de Quito y Guayaquil (Ecuador) un programa sobre esta temática ofrecido en conjunto entre UBP y UTPL (Universidad Técnica Particular de Loja). El diseño del curso está a cargo de la UBP. Se trata de un curso presencial, para su ejecución viajarán tres docentes UBP a dictar temas tales como: economía digital, social media marketing, online media planning, publicidad y posicionamiento en buscadores, legalidad y privacidad en Internet, creatividad y publicidad digital, entre otros. El programa se complementa con 5 videoconferencias emitidas desde Córdoba para dichas ciudades.

### Seminario de Gestión Deportiva

Ahora también en Santa Fe!

La Secretaría de Educación Continua, conjuntamente con la Licenciatura en Educación Física, realizarán en San Jorge -Santa Fé-, el Seminario de Gestión Deportiva, que exitosamente desarrollaron a fines del 2010 en el campus de la Universidad.

Esta actividad ha sido organizada por iniciativa del Club San Jorge. La actividad es libre y gratuita, y está destinada a funcionarios y dirigentes deportivos, a profesores de educación física y a todos los interesados en la temática. Las disertaciones estarán a cargo de Daniel Di Donato y Edgardo Olivetti, docentes de la Diplomatura en Gestión Deportiva. Programa que la Universidad ofrece en todo el país bajo la modalidad a distancia y cuya segunda edición inicia en mayo, incluyendo temas tales como: Gestión y Deporte; Planificación Estratégica; Marketing Deportivo; Gestión de los RRHH; Gestión Económico y Financiera de Empresas Deportivas; Legislación Deportiva y Organización de Eventos Deportivos.

# La Gestión Humana Administrando Recursos, Liderando Personas

## Gerardo Torres Muró.

Expositor en el 7º Congreso Nacional de RRHH. UBP. Córdoba.  
Doctorando en Economía y Administración- Universidad de Deusto- España.  
( Candidato) Post- Grado en Gestión de Recursos Humanos de la UCR/USA.  
Universidad de California en Riverside. (USA). MBA, de la Universidad Católica.  
(Dámaso Antonio Larrañaga).

2 y 3 de Junio - Sheraton Córdoba Hotel

7º Congreso Regional de  
**RECURSOS  
HUMANOS**  
compromiso y acción  
hacia los resultados



Coaching Organizacional - Innovación y Creatividad - Desarrollo Humano  
Equilibrio Vida-Trabajo - Formación Corporativa - Gestión Humana  
Relaciones laborales

Durante décadas las diferentes escuelas del Management nos han enseñado diferentes herramientas para la administración de los recursos financieros, materiales y humanos. No obstante, hoy nos damos cuenta que muchas de estas teorías y herramientas de gestión y en especial las referidas a las personas, están fuera de contexto y no dan los resultados que podíamos esperar en décadas anteriores.

Cada vez se les hace más difícil a las organizaciones lograr el compromiso y la fidelidad de su "Capital Humano"; las personas que trabajan en estas organizaciones muchas veces no le encuentran "Sentido", a lo que hacen. El resultado es un muy bajo compromiso y una alta rotación, en busca de "mejores oportunidades".

En el actual mundo del trabajo, tratando de compensar las tendencias emergentes, podríamos mencionar las siguientes:

### 1. Declinación de la salud mental y de la felicidad.

Según los datos de la organización, New Economic Foundation en el "Happy Planet Index" del año 2006, indica en una muestra de 178 países, una degradación de la "calidad de vida" de sus habitantes. Estos indicadores muestran el incremento de las depresiones, la ansiedad y las adicciones. Las personas parecen estar perdiendo el sentido de sus "fortalezas", y por el contrario focalizándose constantemente en sus "debilidades". Esto ayuda a enfocarse en la concepción de la "escasez" y no de "abundancia".

### 2. Incremento de la "conciencia medio ambiental, la responsabilidad social, propósito y sentido de las organizaciones.

Investigadores y académicos estiman que en la actualidad los seres humanos en el planeta estamos consumiendo un 30% más de recursos en el planeta de lo que la naturaleza puede regenerar. Ante esta situación la Sociedad Civil, le exige a las organizaciones y corporaciones una mayor conciencia en su relación con el medio ambiente y con la sociedad en general. Muchas corporaciones han perdido su buena reputación por problemas ambientales y escándalos éticos y morales. Esto aliena el compromiso y el sentido de pertenencia tanto de los colaboradores internos como de los propios clientes de la organización.

### 3. Incremento de la complejidad del trabajo.

Tanto la tecnología, como la globalización y los cambios demográficos añaden complejidad al mundo del trabajo. Con el avance tecnológico la "duración del conocimiento" se achica constantemente, demandando la adquisición de nuevos conocimientos, destrezas y habilidades.

### 4. Incremento de la soledad.

Vivimos justamente en un mundo donde preferimos comunicarnos con medios electrónicos a tener una conversación "cara a cara". Se ve un decrecimiento en las actividades civiles; la gente pierde "sus" historias, "sus" héroes, "sus" historias comunes, que forman las interacciones personales y las "conexiones" con los otros.

### 5. Bajo compromiso.

Según Gallup Management Journal, en su "Engagement Index", (índice de compromiso) observa que sólo un 29% de los empleados está comprometido con su trabajo. Esto trae aparejado un alto costo en la pérdida de productividad del Capital Humano, donde "el miedo a perder el trabajo" hace que los empleados "acaten", pero no se comprometan. O sea conquistamos sus "cerebros", pero no "sus corazones".

### 6. Crecimiento del "Descartable".

Vivimos en el mundo de lo "descartable". No sólo de los productos, los gustos y las modas, sino también de las relaciones, los trabajos, las amistades y también en muchos casos de nuestras parejas. Todo se vuelve pasajero y efímero. Todo esto trae consigo una constante inestabilidad económica, social, financiera y emocional en el bienestar de las personas.

### 7. Incremento del "comportamiento Hostil".

Vivimos para "ganarle al otro". Esto manifiesta un comportamiento hostil, donde "mi verdad", tiene que triunfar sobre las demás. No pensamos en un comportamiento "Ganar-Ganar", si no en "Ganar-Perder". Las empresas y organizaciones muchas veces se transforman en "batallas", por ganar los propios objetivos, fomentando la competencia por sobre la colaboración. Como resultado unas pocas personas "Ganan", en desmedro de un "Ganar Colectivo".

Todas estas tendencias afectan la salud y el bienestar de las personas en sus ámbitos sociales, familiares, y por supuesto laborales. Esto demanda cambiar nuestros paradigmas en cuanto a la forma de encarar una Gestión Humana dentro de nuestras organizaciones. Debemos trabajar el desafío de que la gente le encuentre "un sentido", a lo que diariamente hace en sus lugares de trabajo. Esto se puede lograr solamente con un desarrollo de un profundo sentido de Liderazgo para el desarrollo de la Confianza, porque no nos debemos olvidar de que:

Administramos Recursos, pero Lideramos Personas! 🚀

# Comunidad

## Noticias sobre extensionismo Universitario

### **La UBP se abre a la comunidad** **Extensión Universitaria**

El 2011 se presenta como todo un desafío para quienes trabajamos en la integración y el estímulo de actividades culturales y sociales. Un año marcado por elecciones y su consecuente tensión política, nos exige ampliar nuestros esfuerzos en el trabajo por contribuir al desarrollo sociocultural y a la equidad social de nuestra región, abriendo así espacios de participación y expresión para la comunidad.

Es por eso que la Secretaría de Extensión Universitaria de la UBP ha trabajado duro en la concreción de propuestas que movilizan el valor cultural, la recreación, la creatividad y el bienestar.

Ciclo de Exposiciones, Talleres culturales, Proyecciones de Ópera, Obras de Teatro, Concursos, Conferencias y el regreso de la Minga Coral –en el Teatro del Libertador-, nutrirán este 2011 y brindarán a la comunidad cordobesa nuevos espacios para crecer y sentirse mejor.

A continuación todo lo que necesitas saber de cada una de estas propuestas...

#### **Ciclo de Exposiciones**

BESTIARIO – Lucía Arias, Manuel Coll y Martín Ferreyra  
Coordinación de Verónica Molas  
30 de marzo a las 19:30 hs.  
Entrada libre y gratuita.

#### **Ciclo de Proyecciones de Ópera**

Comienza en mayo, se proyectarán 4 óperas seleccionadas y comentadas por especialistas de primer nivel: José Dahbar y José Maggioli.

#### **Criminal, una obra de Javier Dualte**

Interpretada por el Elenco Estable de Teatro de la UBP, con dirección de Mariel Bof.  
Actúan: Gonzalo Castellano, Mauro Gibelli, Alexander Simmering y Florencia Sudy

Puesta de la obra en 3 CPC de la ciudad de Córdoba en mayo, junio y julio.

Entrada libre y gratuita.

#### **Actividades con alumnos del Nivel Medio**

Concurso de Cuentos y Relatos Breves – Mafalda  
Actividad de extensión con el nivel medio de Córdoba

24 de junio, 10:30 hs. Auditorio de la UBP.

#### **Deportes UBP**

El Área de deportes nuevamente abre sus puertas para todos aquellos estudiantes y docentes de la UBP que quieran integrarse a sus actividades a lo largo de este 2011.

Seas varón o mujer llamá al interno 411 o acercate al playón deportivo (atrás del telepuerto) y averigua para Hacer Gimnasia, Jugar Fútbol, Voley o Tenis, o hacer Básket (sólo varones) o Hóckey (sólo mujeres).

Sumate!

Teléfono 0351 4144444 int. 411 o deportes@ubp.edu.ar.

#### **AULAUNIVERSITARIA**

El programa que lleva adelante la UBP junto a la ONG Promover inicia nuevamente sus Talleres dirigidos a adultos mayores de 50. Con el objetivo de brindar a este grupo la oportunidad de participar en actividades que fortalezcan su salud física y mental, a través de grupos de encuentro y actualización; favorecer el intercambio personal y la posibilidad de replantear proyectos y expectativas en esta etapa de la vida y promover actividades culturales, recreativas y de entrenamiento personal que ayuden a potenciar una mejor calidad de vida, AulaUniversitaria lleva adelante 25 talleres, la mayoría de ellos de carácter libre, lo que implica que el alumno puede iniciar en cualquier época del año.

Informes: aulauniversitaria

Te: 1414444. Int 403. Mail: aulauniversitaria@ubp.edu.ar

Campus UBP: Av. Donato Álvarez 380, Argüello. Córdoba.

## “Lo alucinante del arte es que te conmueva y te sacuda la cabeza”



Con una fuerte carga intuitiva, el diálogo de diversos artísticas como principal apuesta y una invitación a adentrarse en múltiples espacios; sin título pero con mucho contenido, la propuesta artística de la UBP para este 2011 llega nuevamente de la mano de **Verónica Molas** para aprovechar el hermoso marco arquitectónico que brinda la antigua casona y encontrarse con nuestra comunidad cordobesa.

En esta entrevista, Verónica cuenta cómo se vivirá la Sala de Exposiciones de la UBP este año.

### ¿Qué propone artísticamente la UBP en este 2011?

La propuesta de la Sala de Exposiciones este año es una vuelta a las muestras en las que se producen diálogos entre distintos artistas a partir de lo que sus obras nos dicen. Digo que es una vuelta, porque un planteo similar desarrollé en 2009. En cambio, el año pasado, subí la apuesta a un contenido poco regular dentro de la escena artística local. En 2010, en vez de hacer dialogar obras de artistas, hice cruces entre arte, historia, memoria de la comunidad, y arquitectura a partir de la casa. “Imaginarlos en la Casa de los Enanitos”, sin duda el proyecto más arriesgado que haya elaborado, tenía una fuerte connotación extensionista, porque estuvo alojado, como proyecto, en una Secretaría de Extensión (con vínculos fuertes con la comunidad). Este año volvemos a meternos en el terreno de los artistas, pero con una diferencia y una sabiduría ganada. Esta casa, hoy Sala de Exposiciones, tiene una singularidad como espacio, algo que quiero remarcar. Quiero que los artistas entren en contacto con su arquitectura y por eso pienso en artistas y obras que puedan venir a esta casa.

### ¿Qué se busca transmitir a través de esta propuesta?

El arte no contiene información, es resistencia, sostiene Deleuze, y yo adhiero en esto al filósofo francés. No quiero dar ningún mensaje. Para empezar, el diseño de las muestras comienza con intuición, que es también un tipo de conocimiento. Como en los dos ciclos anteriores, el inicio está en una imagen o un testimonio. En este ciclo 2011, al que elegí no bautizar, todo empezó con una imagen de Manuel Coll que está en la sala principal (una imagen borrosa de una suerte de monstruo), a la que relacioné con la de los otros dos artistas, Lucía Arias y Martín Ferreyra.

Volviendo a lo de querer transmitir algo, quiero dejar en claro que lo que si me gustaría, o pretendo, es que las personas vean y reflexionen sobre la muestra con libertad, que no estén buscando qué me habrá querido decir el artista o la curadora, sino, que el espectador piense “qué me pasa a mí con todo esto”. Por lo menos a mí, me pasó de sentirme identificada con algunas de estas bestias, hubo una conexión muy personal, que me hizo pensar por qué y así. Es lo alucinante del arte, que te conmueva y te sacuda la cabeza.

### ¿Cuál es el camino que recorre el espectador/participante de estas muestras, y que sensaciones probablemente lo asalten en su recorrido?

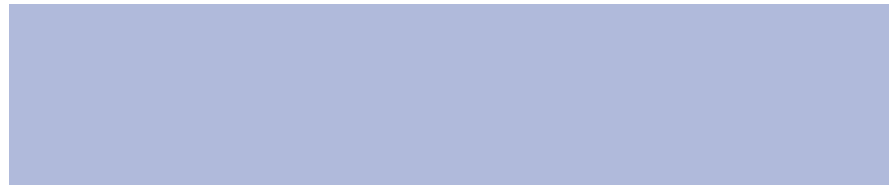
En “Bestiario” no se plantea un recorrido, sino algunas pistas, o sea que se puede recorrer caóticamente. Por ejemplo, en la sala principal, reuní obras que se miraban entre sí, porque descubrí que los tres artistas, y esto no fue buscado, tenían paisajes con nieve en sus obras. Entonces, esa fue un punto de partida para el diseño del montaje, lo demás se desarrolló en el espacio con pura improvisación, riesgo y estímulo de parte de los artistas. Hay evidentes referencias al juego, incluso en la parte formal de las obras, cierta rebeldía en cómo están enmarcadas; hay también una alusión a los miedos, a las fantasías que nos despiertan estos personajes, que están en situaciones como las del sótano, atrapados en un bosque, por ejemplo. Y que a pesar de eso, se han hecho amigos.

### ¿Qué experiencia se lleva el visitante?

Por los comentarios que me llegan, bajar al sótano es una experiencia muy fuerte. También lo ha sido para los artistas. La muestra gustó mucho por su frescura, la espontaneidad de las obras de estos excelentes artistas, gustó también porque bajamos los personajes al nivel de la gente. Los videos, en la apertura, acercaron mucho al público hacia la obra: la animación es algo que ya tenemos incorporado, y Martín le da vida allí a sus “mostros”. Otros comentarios han sido muy dispares, hay gente que le atribuye rasgos naif a algunas de las obras. Sin embargo, otras personas, descubren lo terrible y lo oscuro de gran parte de éstas. Quizá sea como los cuentos infantiles, aparentemente afebados, y a la vez cargados de cierto drama, incluso angustia. Yo opto por esta segunda lectura. Hay que darle tiempo a la percepción, a la mirada, no hay que quedarse en la superficie. Y hay que esperar un poco antes de emitir un juicio o rotular una obra. Quizá el público debería aprender que después del me gusta no me gusta (que tan bien funciona en Facebook), hay un momento de reflexión, de duda. 

# Turismo

Carreras UBP



## Cuando el ocio es aprendizaje

Alumnos de la Licenciatura en Turismo se embarcaron en marzo en la particular experiencia de capacitarse disfrutando de la libertad y la tranquilidad de las aguas del Atlántico. En una novedosa propuesta académica, docentes y alumnos de la UBP y otras instituciones de nuestra provincia participaron de un Seminario a Bordo del Crucero Costa Victoria.



Desde el 17 de marzo y durante 5 días, 150 personas abordaron el Costa Victoria, con destino a Punta del Este, en un viaje que buscó capitalizar la vivencia *in situ* para conocer a fondo este producto turístico que viene creciendo de manera ininterrumpida en nuestro país: el crucero.

Desde el sector turístico se viene percibiendo en el último tiempo la carencia de información y conocimientos que los profesionales de la rama manifiestan a la hora de trabajar en la venta y promoción de los cruceros, y el Seminario a Bordo tuvo como objetivo justamente dar respuesta a esta necesidad del mercado turístico. La complejidad que caracteriza a este producto, dados los múltiples servicios que otorga al pasajero de manera simultánea y sinérgica, su elaborada logística y estrategias de marketing y promoción específica, implica un conocimiento exhaustivo del mismo al momento de comercializarlo.



El Seminario combinó las clases y disertaciones teórico-prácticas brindadas por los docentes de la UBP, con las charlas que los propios ejecutivos de tripulación del barco ofrecieron, acercando aún más a los participantes al producto, y enriqueciendo la experiencia a través de un conocimiento acabado del mismo. La participación de la Directora y del Responsable de Marketing, así como la visita y el recorrido de las instalaciones de la cocina -650 mts cubiertos- fueron, entre otras, las actividades que hicieron de este Seminario, una propuesta académica completa.

Esto se materializó en el alto nivel de asistencia que presentaron las disertaciones, considerando la cantidad de atracciones que en materia de ocio y entretenimiento ofrecía el crucero; las clases contaron de manera constante con una participación del 98% de los asistentes. Por otro lado, instituciones de diferentes puntos de nuestra provincia estuvieron representadas a través de sus estudiantes: Montes Pacheco, Mariano Moreno, Instituto Arturo Illia (Carlos Paz), Instituto Gastronómico Capacitar, entre otros.

Esta segunda edición del Crucero a Bordo Costa Victoria, significó un crecimiento del 150% en asistentes, dejando incluso una lista de personas que se quedaron sin cupo para inscribirse, y marca una línea de enseñanza que introduce un nuevo concepto en el ámbito académico: Cuando el ocio es aprendizaje. [J](#)



## TURISMO EN LA UBP

**Validez del Título:** El título de la carrera es oficial con validez nacional, y habilita al egresado para desempeñarse en tres áreas: Gestión pública, Gestión empresarial e Investigación y Docencia.

**Duración:**

3 años: Técnico Universitario en Turismo

4 años: Licenciado en Turismo

**Orientaciones:** Ecoturismo y Administración de Empresas y Hotelería

**Modalidades:** Presencial y Distancia

---

## TURISMO EN NÚMEROS

**Número actual de alumnos:** 522

**Número de egresados:** 1200 Técnicos y Licenciados.

**Su Directora:**

**Marta Botti** es Profesora en Letras Modernas, fundadora de la Licenciatura en Turismo de la UBP, Especialista en Gestión de empresas Turísticas, Asesora de emprendimientos turísticos urbanos, Ex Directora de Turismo de la Ciudad de Córdoba y Miembro Directivo del Colegio Profesional de Turismo de Córdoba.

---

**MÁS:**

- **TURISMO UBP** fue el primer espacio para la educación superior en turismo en todo el ámbito provincial, es la primera Biblioteca Depositaria de la Organización Mundial del Turismo en el país.

- **IDITUR:** El Instituto de Investigación en Turismo funciona desde el 2009 en el Campus de la UBP; es el primer ente en promover la investigación dentro de esta disciplina.

- **UBPTOUR:** es un espacio donde los alumnos de 3º año comienzan a ejercer su práctica profesional brindando servicios, información y asesoramiento turístico a la comunidad institucional.



# Juan Peralta

Graduado UBP.  
Licenciatura en Turismo 2010

Nacido en Esquel, hoy tiene 24 años y vivió 6 estudiando en Córdoba. Ingresó a la UBP para terminar su formación universitaria y obtener en el 2010 su título de Licenciado en Turismo. Hoy es consultor en el sector público y miembro de un equipo interdisciplinario del Centro de Investigación y Extensión Forestal Andino Patagónica (CIEFAP)

“Dentro de Subsecretaría de Turismo de la provincia del Chubut estoy trabajando en la dirección de conservación y áreas protegidas, asesorando en el desarrollo de la Reserva Forestal de Usos Múltiples Lago Epuyén. Hoy estoy a cargo de un proyecto donde el objetivo es establecer las líneas de fortalecimiento necesarias para el desarrollo sustentable del turismo.

Por otro lado, soy consultor turístico del CIEFAP en un proyecto que se centra en la zonificación y propuestas de manejo de las áreas protegidas cordilleranas. Conformo un equipo Interdisciplinario de biólogos, geólogos, sociólogos, ingenieros forestales entre otros, donde mi tarea es evaluar el potencial de cada área y aconsejar sobre el posible uso turístico”.

## **¿Cuáles son los desafíos profesionales que deberás enfrentar en lo inmediato y en el futuro?**

En el corto plazo mi objetivo se centra en realizar de la mejor manera ambos trabajos, ya que los considero como la puerta de entrada a lo que verdaderamente quiero en mi profesión que es ocupar un cargo público. En un futuro me gustaría constituirme como referente a nivel nacional en el desarrollo turístico de áreas protegidas. En Argentina hay más de 300 (entre reservas de Biosfera, parques nacionales, reservas provinciales, municipales, privadas) que necesitan de personas formadas y capacitadas para desarrollar un turismo sustentable.

## **¿Cómo fueron tus pasos en el ámbito laboral luego de recibido?**

En diciembre me recibí, en Enero me llaman desde Turismo provincial y me proponen comenzar a desarrollar el proyecto de Epuyén. Y a fines de Febrero me convocan desde el CIEFAP para formar parte de un equipo interdisciplinario para la zonificación y desarrollo de las áreas protegidas cordilleranas.

## **¿Qué aspectos de la formación recibida te parece que son los más útiles a la**

## **hora de trabajar?**

Sin lugar a duda, la confianza que tengo al momento de demostrar lo que se. Es uno de los aspectos que me dio mi formación en la UBP.

Yo elegí la orientación Ecoturismo pensando en trabajar y desarrollar las áreas protegidas cordilleranas de la provincia del Chubut. En los años que estuve en la universidad pude entrar en contacto con profesores que me trasladaron sus conocimientos y experiencias, lo que me ayudó mucho en la formación de mi visión sobre un turismo sustentable y amigable con el medio ambiente

## **¿Continuaste capacitándote luego de obtener el título de grado?**

La idea es en junio comenzar a realizar una maestría en Áreas Protegidas y desarrollo Ecorregional, dictada por la UCI (Universidad para la Cooperación Internacional) con sede en San José, Costa Rica. El programa de Postgrado en Gestión de Áreas Silvestres Protegidas y Desarrollo Ecorregional es avalado por la Cátedra UNESCO de Reservas de Biosfera y Sitios de Patrimonio Mundial Naturales y Mixtos en su labor de fortalecer la gestión de sitios con denominación UNESCO en América Latina y el Caribe.