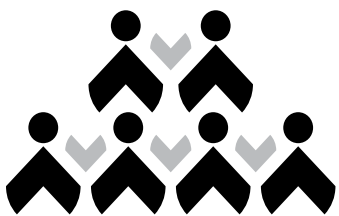


egresados

Revista digital egresados



Universidad Monteávila
Asociación de Egresados

¡ESTA
REVISTA
ES TUYA!

► ¡FORMA PARTE ◀
DE ELLA
Y ESCRIBE!



MANDA TU NOTA A

EGRESADOS@UMA.EDU.VE





Universidad Monteávila
Asociación de Egresados

CONSEJO EDITORIAL
María Valentina Sosa
Eugenia Vegas

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN
Anabel Guedes

Envía tus sugerencias y participa
como colaborador en el Enlace
comunicándote al

☎ 232.52.55

✉ egresados@uma.edu.ve

Milfri Pérez Macías

Especialista y profesora en Periodismo Digital de la Universidad Monteávila. Jefe de Multimedia de El Universal



Diseño de la información en contenidos multimedia

Gracias a Internet, estamos ante una nueva narrativa para exponer noticias en medios de información usando soportes similares a la TV, la radio o el papel, sin embargo, este súper medio, Internet como plataforma para dar a conocer contenidos informativos, significa más que la difusión de información a través de múltiples formatos como sonidos, imágenes y textos, implica -según diversos investigadores- las "claves comunicativas" del llamado **ciberperiodismo: Hipertextualidad, interactividad y multimedialidad.**

Por ello exponer noticias en formatos multimedia, acarrea un diseño de la información que necesariamente deberá tomar en cuenta: el diseño visual, el diseño de interacción y navegación (arquitectura de la información y usabilidad) y el diseño de la narrativa de contenidos informativos; cuál formato y/o código es más idóneo para contar qué.

Al centrarse en las tres claves comunicativas señaladas antes y expuestas por autores como Ramón Salaverría:

interactividad, hipertextualidad y multimedialidad, y conjugarlas con los pilares del periodismo: veracidad, jerarquización y oportunidad de la información, tenemos que para diseñar información al hacer ciberperiodismo es necesario:

- Estructurar la información plasmada en imágenes, sonidos y textos.
- Jerarquizar imágenes, sonidos y textos, según lo más noticioso en sus respectivos lenguajes.
- Decidir qué tan complejo debe ser elaborado un contenido multimedia, según la urgencia informativa de su publicación.

Luego, al diseñar contenidos informativos multimedia, existen dos ámbitos que deben ser tomados en cuenta: **el entorno de publicación y el tratamiento de los componentes intrínsecos.**

En el caso del **entorno de publicación,**

este se encuentra enmarcado por el diseño de interacción y el diseño de navegación, lo cual supone usabilidad y arquitectura de la información, en otras palabras, cómo se “pone” el contenido multimedia a la vista en el ciberespacio y en relación con otros elementos que lo acompañan (hipertextualidad); y dónde se publica y con qué se vincula para que los usuarios lleguen a ese contenido (etiquetas, nombre, etc.).

El entorno de publicación también conlleva a pensar en el diseño visual, tener en cuenta por ejemplo, el tamaño de la pantalla en el cual se desplegará el contenido multimedia o la posición que ocupa en la página de un site. Si el contenido es una noticia de último minuto o una información de segunda velocidad puede definir que el contenido se coloque arriba, abajo o a un lado.

Componentes intrínsecos (diseño de la narrativa)

Al pensar en desarrollar información en formatos multimedia, lo primero que hay que establecer en el diseño de la narrativa, es cuál es el código o lenguaje -auditivo, visual o textual- más idóneo para contar determinada historia, y prever el uso de la pirámide invertida al estructurar el relato.

Para saber por ejemplo, si conviene utilizar el código sonoro para exponer un contenido informativo, las preguntas pertinentes son: el contenido ¿Aporta más información al escucharlo, que al verlo o leerlo? o ¿Agrega más información a través del tono, nivel de voz, intencionalidad del protagonista?.

En el caso del código visual, para determinar si este es el más idóneo para contar una historia, algunas de las interrogantes para decidir su uso son: ¿El hecho se percibe mejor al verlo?, ¿La información está en un momento determinado o en una sucesión de imágenes?, ¿Se cuenta mejor en imágenes en movimiento?, ¿Es una progresión de hechos?.

Las respuestas a estas preguntas y las características de cada formato, darán las claves para saber en

qué casos es más eficiente la emisión del mensaje en video, galerías fotográficas o en audiogalerías.

El video por ejemplo, es un compendio de imágenes en movimiento, muestra mejor el movimiento en algún hecho, en una situación.

Las fotografías, aportan más detalles en la captura de un momento determinado y permite al usuario mantenerse el tiempo que desee observando la imagen en su conjunto.

Las audiogalerías por su parte, conllevan a establecer si lo más noticioso está en una narración conjunta, en donde dos códigos -visual y sonoro- aportan información a través de varias imágenes fijas y sonidos.

El lenguaje textual también debe tener un tratamiento en los contenidos multimedia, porque este se convierte en un elemento fundamental al preguntarse: ¿Si solo se ve o solo se escucha, se entiende el mensaje, o es necesario agregar textos para dar contexto?.

Dependiendo de la cantidad y complejidad de los contenidos informativos, se puede llegar a pensar si es pertinente contar una historia con varios lenguajes. Cuando un mensaje se agrupa con mayor grado de multimedialidad (mayor uso de códigos) se está en presencia de lo que algunos medios llaman **reportajes multimedia** o simplemente **multimedia**, aquellas piezas de información donde se presentan distintas aristas de un tema específico en diversos códigos.

Las piezas o reportajes multimedia usualmente son pensados para trabajos de segunda velocidad, en ellos se puede agrupar el hecho y sus implicaciones, a través de imágenes fijas y en movimiento como infografías (gráficos animados o interactivos), videos, sonidos y audiogalerías.

El uso de la pirámide invertida

Manuel Gago (citado por José Álvarez Marcos en Manual de Redacción Ciberperiodística, 2003) recomienda mantener el uso de la pirámide invertida, sobre todo cuando se trata de noticias de máxima actualidad

se distribuyen aprovechando las posibilidades en línea de los “nuevos” medios.

El uso de la pirámide invertida en contenidos multimedia, implica una estructura narrativa distinta a los contenidos no informativos producidos para TV, cine o radio. Por ello un multimedia para un medio de información, debe exponer en primera instancia el hecho noticioso en –por ejemplo- la foto de la explosión, el sonido de lo que dijo, el video del choque. En segundo lugar, el contexto de ese hecho y en tercer lugar las implicaciones, ya sea a través de imágenes de apoyo, sonidos de declaraciones y/o narraciones o pantallas con texto.

¿Por qué se sugiere esto?

- Por qué quien acude a un medio noticioso, espera encontrar información. Según Tendencias Digitales en un estudio realizado en América Latina en 2012, al preguntar: ¿Qué hace cuando se conecta a Internet?, “Leer noticias” estaba en segundo lugar con 81% de la preferencia, solo superado por “leer correos” con 90% y seguido por “Redes sociales” con 80%.
- Porque el promedio de tiempo que dura un usuario en una sitio, depende de lo relevante que sea la información para él, según John Temple, Investigador asociado del EyeTrack2007.
- Porque hay mediciones que indican que los usuarios solo duran 10, 20 ó 30 segundos en un sitio porque no les resultó de interés.
- Porque no todos los usuarios tiene un gran ancho de banda para conectarse a Internet, y se cansan de esperar para ver el contenido y se van del sitio. Sin embargo, y teniendo como principio el carácter periodístico, el tiempo que dure un contenido multimedia, puede depender de lo oportuno de la información, si es un breaking news –noticia de última hora- o si es una información de segunda velocidad.

En resumen, para diseñar información en contenidos multimedia, no basta con exponer informaciones en distintos códigos, las nuevas herramientas poseen diversas características que deben ser tomadas en cuenta para entregar un mensaje de forma eficiente. Si los periodistas se detienen un momento y comprenden las características narrativas y técnicas de los formatos multimedia, y a su vez las conjugan con la práctica de su profesión, como la jerarquización de la información, entonces se mantendrá la esencia del periodismo en la llamada sociedad de la información.

El efecto corrosivo de la inflación

El fenómeno inflacionario está en la raíz de prácticamente todas nuestras quejas e insatisfacciones, en cuanto a las relaciones económicas que llevamos con otras personas, con la empresa en la que trabajamos, entre el negocio que dirigimos y sus stakeholders o dolientes; en fin, en la relación entre agentes económicos: personas, empresas y el Estado.

Nos quejamos de: elevados precios de bienes y servicios, escasez, desabastecimiento, acaparamiento, especulación, pobreza, crisis económicas, desempleo, escasos salarios, inseguridad, entre tantas otras cosas. Y nos quejamos con razón: estas son todas unas calamidades.

¿Qué es la Inflación? ¿Cuáles son sus consecuencias?

Existen dos definiciones de inflación, una más conocida que la otra.

- La primera es la **Inflación de moneda**, que consiste en un aumento de la cantidad de moneda en circulación en la economía, representada por la emisión de deuda de los bancos y por la creación de cuentas corrientes, por la emisión de deuda del Banco Central, o por la simple impresión de moneda. Es un aumento en la oferta de dinero y crédito en la economía. Este es el **verdadero origen** del problema inflacionario.
- La segunda definición es la **Inflación de precios**.

Esta consiste en el aumento general de los precios de los bienes y servicios en la economía. Es la más conocida o popular de las definiciones de inflación, sobrevenida con la modernidad. Sin embargo, es el reflejo del problema, mas no es su causa.

El aumento de la cantidad de moneda en circulación en la economía, pone en manos de la ciudadanía más dinero para poder consumir; esto hace que la demanda sobre bienes y servicios aumente, lo que para una oferta de bienes y servicios más inelástica y que no puede ajustar su producción instantáneamente a los nuevos niveles de demanda, tiene como efecto un **aumento en los precios de los bienes y servicios**.

La **corrosión** de la inflación está justamente en que luego del aumento de los precios en la economía, si nuestros ingresos no han crecido a la misma razón, **podremos adquirir menos bienes y servicios**; es decir, nuestro **poder de compra se ha reducido afectando nuestro nivel de vida**. Para verlo con un ejemplo sencillo, si hoy tenemos un ingreso de Bs. 1.000 podremos comprar **100 artículos** que tengan un precio de Bs. 10 cada uno. Si en cuestión de un año, por ejemplo, los precios en la economía aumentasen **50%**, quiere decir que cada unidad de este artículo ahora cuesta Bs. 15; lo que para un mismo nivel de ingresos de Bs. 1.000, nos permitirá adquirir sólo **67 unidades** del referido artículo. Es decir, **nuestra capacidad de compra ha caído** de 100 unidades a 67, ha mermado, **se ha corroído un 33%** (un tercio).

Por supuesto que la inflación **no nos golpea a todos por igual**, porque **no todos tenemos la misma cesta de consumo**: unas personas dedican más parte de su ingreso al consumo de alimentos, por ejemplo, que otras. Su impacto dependerá de la variación que registren los precios de cada uno de los bienes y servicios que particularmente consumimos.

El fenómeno inflacionario tiene **nefastas consecuencias para el ciudadano de a pie**. Entre ellas pueden destacarse, inicialmente, la **pérdida del poder adquisitivo del dinero**. El acaparamiento y la especulación no son causas, son más bien consecuencias de las medidas inflacionarias, que por supuesto empeoran la situación.

El aumento de la cantidad de dinero impreso por el Banco Central, y sin contraprestación en nueva producción, puesto en manos de los ciudadanos, y que termina reflejándose en un aumento general de los precios de bienes y servicios, hace que **el poder de compra de la moneda descienda**. El valor de una determinada moneda no está en la cantidad de ceros o en el tamaño de la cifra que indique el papel moneda o billete, sino en su capacidad de comprar, de ser canjeado o intercambiado, por una mayor cantidad de bienes o servicios. En la medida en que este poder de canje desciende durante un período, en esa misma medida la moneda en cuestión pierde valor, **se hace débil**.

Dado esto, los ingresos que recibimos los ciudadanos como contraprestación del servicio que prestamos a la sociedad, **el fruto de nuestro trabajo y esfuerzo diario**, y los ahorros producto de ese esfuerzo, con el paso del tiempo **tienen menor poder de compra**, es decir, **valen menos**. Si esta situación de pérdida del valor de la moneda, persiste en el tiempo, **la ciudadanía se va empobreciendo materialmente**, desciende nuestro nivel de vida, lo que a largo plazo va generando un malestar general tendiendo a conflictos sociales. Más si en el proceso una mayoría se empobrece mientras una minoría se enriquece.

Si existe una **expectativa de inflación** en la ciudadanía, o si ya se ha materializado el aumento general de los precios, y con ello, la pérdida del poder adquisitivo de la moneda y el consecuente descenso del nivel de vida, los grupos de interés más organizados, como pueden ser los sindicatos de trabajadores, **presionarán** para obtener de las empresas en las que prestan servicios, mayores retribuciones y beneficios salariales, lo que a su vez estimula a la empresa a **aumentar los precios** de sus productos, lo que por ende **encarece la vida de los trabajadores**, desencadenándose así un **circulo vicioso**, que podría terminar en una espiral hiperinflacionaria.

Para concluir, es muy importante que los tomadores de decisiones públicas, los hacedores de políticas públicas, y **principalmente la sociedad en general**, nosotros los ciudadanos de a pie, **reflexionemos sobre el tema de la inflación**, y tomemos conciencia de lo beneficioso que sería para todos como sociedad, que nuestros gobiernos **no impulsaran políticas inflacionarias**, y que los ciudadanos se lo exigiésemos.



Continua Formación

Nº J-30647247-9



El Centro de Estudios para la Participación Ciudadana, en convenio con el Instituto Parlamentario Fermín Toro, te invita a participar en los cursos programados para Julio 2013:

Parlamentarismo 2.0. Xavier Rodriguez

24 Horas Académicas
Fecha: 22 al 26 de julio
Horario: 2:00 p.m. a 6:00 p.m.
Costo 1.700 Bs.



Análisis presupuestario Ronald Balza

24 Horas Académicas
Fecha: 15 al 19 de julio
Horario: 3:00 p.m. a 6:15 p.m.
Costo 1.700 Bs.



Análisis de políticas públicas Fernando Spiritto

20 Horas Académicas
Fecha: 22 al 26 de julio
Horario: 2:00 p.m. a 6:00 p.m.
Costo 1.500 Bs.



Historia de las ideas políticas y económicas Guillermo Tell Aveledo

20 Horas Académicas
Fecha: 15 al 19 de julio
Horario: 2:00 p.m. a 5:15 p.m.
Costo 1.700 Bs.



Nº de Cuenta para realizar el pago:
Cuenta corriente Banco Provincial N° 0108-0582-15-0100041249 nombre de UNIVERSIDAD MONTEAVILA (RIF J-30647247-9).

Para mayor información contactar al Prof. Luis Martínez,
Director del Centro de Estudios para la Participación Ciudadana
lmartinez@uma.edu.ve Tlfs: 0212-235.52.55/32.21

En qué anda

- **Reto Media 2013**

El pasado 07 de mayo se realizó la presentación de la final del Reto Media, proyecto de emprendimiento, que surge como resultado de la alianza entre la Universidad Monteávila y la Cadena Capriles, y que en su tercera edición contó con la participación de alumnos de las Facultades de Educación, Administración y Comunicación Social. En esta oportunidad, fueron 13 los equipos seleccionados para participar en esta presentación, resultando ganador el alumno Eduardo Valera, con su proyecto Red Social Deportiva, de V año de Ciencias Administrativas. Con mención especial resultaron los estudiantes Guillermo Carmona y José Urdaneta con Catedra 2.0.

RETO MEDIA@ premiación de los proyectos empresariales

Conoce a los ganadores que lograrán **EJECUTAR SU PROYECTO** en la Cadena Capriles

7 DE MAYO
8:00 a.m.
Auditorio principal UMA

Universidad Monteávila, final Av. Buen Pastor, Boleíta Norte,
Caracas. Venezuela RIF J-30647247-9
Tlfs.: 232.52.55/232.32.21 www.uma.edu.ve

la UMA

- **La nueva tecnología y la comunicación por Bill Gentile**

Gracias a la colaboración de la Embajada Americana en Caracas, en el auditorio principal los alumnos de tercer año pudieron compartir con el periodista William Gentile, profesor de la Universidad de Washington y pionero en el videoperiodismo de mochila. El especialista mostró imágenes y documentales realizados por él, los cuales buscaron interpretar como la tecnología ha colaborado para que la comunicación sea cada vez más cercana, más ligera y más práctica y como se puede hacer cobertura de un importante suceso sin necesidad de contar con un equipo de costosa denominación. Los estudiantes aprovecharon para aclarar inquietudes con el ponente, aprovechando para complementar la teoría que se encuentran estudiando en la cátedra de televisión.

- **Los estudiantes se ponen en contacto con el sector empresarial**

El pasado 30 de mayo se realizó en las instalaciones del Auditorio Principal de la Universidad Monteávila, la charla informativa "Perfil profesional: un acercamiento al mundo laboral". Este encuentro tuvo la finalidad de promover y dar a conocer la esencia de un proceso de pasantía y su importancia dentro del marco de formación académica de los estudiantes.

A la charla fueron convocados los alumnos de tercer año de Comunicación Social, que ya han cumplido con los créditos académicos necesarios para comenzar a realizar sus prácticas profesionales.

El grupo de ponentes estuvo conformado por diferentes representantes del sector empresarial como

En qué anda

Assunta Cipollone (Directora de Empleate.com), María Gabriela Sader (Directora del departamento de responsabilidad social empresarial del escritorio jurídico Araque Reyna & Asociados), Alexandra Winkler (Asesora de cuentas en Pizzolante Comunicación Estratégica), Carolina Zamolo, María Gabriela Rodríguez y Rita Sanó (Analiticom).

El enfoque de la charla consistió en dar a conocer a los estudiantes la dinámica de una pasantía dependiendo del medio seleccionado, ya sea en el área audiovisual, periodística o corporativa; los invitados compartieron su experiencia como profesionales del campo además de las principales competencias y responsabilidades que un pasante desempeña.

Del mismo modo, también la charla contó un espacio donde se les informó a los alumnos sobre tips y recomendaciones acerca de cómo los alumnos deben estructurar su currículum vitae, desenvolverse en una entrevista de trabajo y potenciar la experiencia del primer empleo.

Al final de la jornada los alumnos tuvieron la oportunidad de colocarse en contacto directo con los invitados, para compartir sus dudas e intercambiar las diferentes ofertas de prácticas profesionales que ofrecen sus empresas.

- **I Festival de Cortos UMA**

El pasado 27 y 28 de junio, se realizó en el auditorio principal de la universidad la proyección de los 14 cortometrajes que fueron seleccionados para participar en este I Festival de Cortos UMA.

Proyecto que se diseñó para motivar la creatividad, el ingenio y el talento de nuestros alumnos de primer año, en la asignatura de Introducción a la Imagen

la UMA

La logística, diseño y puesta en marcha del evento estuvo dirigido desde la Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información y el desarrollo y producción de los cortometrajes por parte de cada uno de los profesores de la cátedra.

Con ocho nominaciones fueron premiados en diferentes áreas: producción, dirección de arte, guión, montaje, fotografía, dirección, cortometraje y mención especial.

Resultaron ganadores: Quinta sinfonía (inconclusa) de I E como mejor cortometraje y dirección; La Artista de I D como mejor fotografía y dirección de arte; Tranquilo, Fernanda de I E como mejor guión; El silbido de I C como mejor producción; Numb de I A como mejor montaje y la mención especial la recibió Schock de I A.

Con esta primera edición buscamos incentivar a los alumnos de primer año para que se motiven a realizar buenos trabajos en el área audiovisual, así como en el resto de las áreas de la comunicación y que el festival se convierta en una pauta para los que finalicen este primer año de carrera.



En qué anda

la UMA

- **Nuevo Diplomado de Mercadeo en la UMA**

El pasado mes de junio se dio inicio al I Diplomado en Nuevas Tendencias del Mercadeo con una participación de 37 estudiantes. Con esta nueva propuesta la Universidad Monteávila busca ampliar la propuesta en sus ofertas académicas.

En este primer modulo los participantes comenzaron con materias como Posicionamiento de Marcas, Comportamiento del Consumidor, Comunicaciones Integradas al mercadeo y Trade Marketing. Acompañan a estas materias algunas temáticas de corte ético para complementar la formación integral que se concibe desde la UMA.

En el diplomado se cuenta con profesores de la talla de Alda Da Silva, Joseba Barriola, José Antonio Maldonado, Fernando Vizcaya, Pedro Cabrera, Leira Prat. Además se estrenan en nuestra institución como docentes Gabriel Harting y Morella Méndez.

Con esta propuesta se pretende mantener el equilibrio entre la parte teórico con la práctica, analizando casos de estudio en el área que contribuirán a comprender de forma global el quehacer del mercadeo. Debido a la acogida que tuvo esta primera edición se espera poder abrir una próxima edición para comienzos del año que viene.

- **Egresados vuelven a la UMA**

Bajo el lema "vuelve a la universidad" y por segundo año consecutivo, el viernes 28 de junio se llevó a cabo la II Ronada de Egresados UMA. Fue un espacio donde los egresados pudieron reencontrarse y compartir en la universidad como una gran familia.

Entre música, diferentes opciones de comida y una ambientación tipo feria, los exalumnos disfrutaron de una tarde diferente con las autoridades, profesores y amigos. Igualmente en este encuentro pudieron reto-

mar el contacto con sus compañeros y recordar anécdotas de su vida universitaria.

Destacó la iniciativa de la "Gran Subasta de las cosas que extrañas" moderada por el vicepresidente de la Asociación de Egresados, Daniel Chizer. El diccionario de la RAE de la profesora Grisel Guerra, el cartel "ya regreso, no te vayas, estoy en el confesionario" del padre Pantin, y una placa representativa en el pingüino, fueron algunos de los artículos subastados, cuyo fondo recaudado se destinó al plan de becas y créditos de la universidad.

Para motivar la asistencia, se diseñó una campaña emotiva y viral a fin de generar empatía recurriendo a anécdotas relativas a la vida universitaria: felicitaciones de cumpleaños del padre Pantin, el corcho del profesor Ricoy, entre otros, promoviendo de esta manera interacción y expectativa del evento.

Agradecemos a quienes nos acompañaron, e invitamos a que quienes no tuvieron oportunidad de asistir a que compartan con nosotros en la ronada del próximo año.



En qué anda

la UMA





X PROMOCIÓN de PREGRADO
V PROMOCIÓN de POSTGRADO
Universidad Monteávila
2013

El Presidente del Consejo Superior, Gustavo Corredor Müller,
el Rector, Joaquín Rodríguez Alonso,
y demás autoridades de la Universidad Monteávila,
se complacen en invitarle a las siguientes actividades, con motivo de la
X Promoción de Pregrado y la V Promoción de Postgrado

Santa Misa en Acción de Gracias, que se celebrará el día sábado 27 de julio de 2013
a las 11:30 a.m. en la Parroquia Sagrada Familia
de Nazaret y San Josemaría Escrivá de Balaguer. Urbanización La Tahona, Caracas

Firma del Acta de Grado e Incorporación a la Asociación de Egresados,
que se celebrará el día martes 23 de julio de 2013.

Comunicación Organizacional, Periodismo Digital y Evaluación Educativa | Auditorio 4:30 p.m.
Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos, Derecho Procesal Constitucional, | Auditorio 6:00 p.m.
Proyectos Educativos Comunitarios, y Atención Psicoeducativa del Autismo
Brindis en el Cafetín Monteávila | 7:00 p.m

Acto de Grado, que se celebrará el día martes 30 de julio de 2013 en el Auditorio
del Colegio Emil Friedman. Calle Emil Friedman, Los Campitos, Caracas.
Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos, Evaluación Educativa, Derecho Procesal Constitucional,
Proyectos Educativos Comunitarios, y Atención Psicoeducativa del Autismo | 10:00 a.m.
Comunicación Organizacional, Periodismo Digital | 5:00 p.m.



Universitarios con MASO

Boletín Promocional Julio 2013

FLORIDA PROMOCIÓN ESPECIAL



20% de Descuento
Para la Flota Standard

- Valido para reservas en fechas:
- Abril-Mayo (Código F3)
 - Septiembre-enero (C3)
 - Abril-Enero (Código H8)
 - Agosto-enero (Código H9)

Disfruta de los descuentos que tenemos en la línea aérea LATAM, exclusivamente para agenciados!

Origen	Destino	Clase	Descuento
Medellin	Amsterdam	Y	20%
Medellin	London	Y	20%
Medellin	Lis	Y	20%
Medellin	Paris	Y	20%
Medellin	Madrid	Y	20%
Medellin	Barcelona	Y	20%
Medellin	Madrid	Y	20%



Para disfrutar de estos ventajas y condiciones exclusivamente para agenciados y afiliados.

Para mayor información comunicarse con el agente de viaje.

Promoción de Verano!

50% DE DESCUENTO
En TODAS las salidas de Agosto 2013
6 - 13 - 20 y 27
Monarch
7 Noches - Antillas Sur
Cupos limitados!

Aruba Fin de Semana
Toda la familia disfrutará de un maravilloso fin de semana en Aruba. Reservas del 20 al 27 de Julio. (Código H9) 1112 Noches

Origen	Destino	Clase	Descuento
Medellin	Aruba	Y	50%
Medellin	Aruba	Y	50%
Medellin	Aruba	Y	50%
Medellin	Aruba	Y	50%
Medellin	Aruba	Y	50%
Medellin	Aruba	Y	50%
Medellin	Aruba	Y	50%

Hotels Hoteles con ofertas en temporada alta. Precios desde \$100 por noche. (Código H9) 1112 Noches. Reservas del 20 al 27 de Julio. (Código H9) 1112 Noches.

Hotels Hoteles con ofertas en temporada alta. Precios desde \$100 por noche. (Código H9) 1112 Noches. Reservas del 20 al 27 de Julio. (Código H9) 1112 Noches.

Club Med

80 Club Med para vivir todas las felicidades del mundo con NIKKI o con SAI...

Reserva tu viaje de Club Med con NIKKI o con SAI. Precios desde \$100 por noche. (Código H9) 1112 Noches. Reservas del 20 al 27 de Julio. (Código H9) 1112 Noches.



Cambiamos nuestra realidad

En la actualidad, Venezuela y el mundo están pasando por momentos sumamente difíciles, vemos confrontaciones, injusticias y en general un futuro incierto. En nosotros, recae la responsabilidad de luchar por el futuro y crear signos de esperanza. Ahora, que estamos en una etapa de nuestra vida donde a través del ejercicio profesional podemos cambiar realidades, quisiera compartir tres observaciones:

Debemos admitir que tristemente se ha puesto de moda -por decirlo de alguna manera- el camino fácil por vías deshonestas; por ello tenemos que procurar ser firmes y no dejar que el dinero o las ciegas ambiciones nos arrastren. La honestidad, esa cualidad que hace ser razonable y honrado, nos hará llegar lejos, porque justamente gente correcta es lo que Venezuela necesita hoy en día. De serlo, contaremos con una tranquilidad invaluable y nos evitaremos muchos problemas a futuro.

La segunda observación consiste en no caer en la mediocridad. Hemos sido bendecidos con la oportunidad de escoger lo que nos gusta y queremos ser; no tenemos excusa: nos toca dar lo mejor de cada uno y conseguiremos éxito seguro. Esto, no es nada fácil, ya que

como dice el escritor Orison Sweet Marden: "El éxito no es una donación, sino una conquista".

Dejo por última observación, la que pienso es más importante y para ello cito a Cicerón, quien considero puede explicarlo mejor que yo: "puesto que no nos es permitido vivir mucho, debemos por lo menos hacer algo para demostrar que hemos vivido". Así es, todos sabemos que tenemos un camino que recorrer, pero cada quien tiene una misión y debemos buscar nuestro propósito de vida. Si lo cumples, la vida no pasará por ti: serás tú quien pases por la vida dejando algo más que tu presencia, dejando una huella imborrable y permanente como prueba de haber hecho algo que perdurará en favor de otros.



LOS PROFESORES TE RECOMIENDAN



- La profesora **Tulia Monsalve** te invita a ver el programa **espacio arte** por vale tv los domingos a las 11:00 a.m. y su repetición los lunes a las 8:00 p.m. Cabe destacar que el mismo es un programa dirigido por el **profesor de la Universidad Sergio Monsalve**
- **Sylvia Silva coordinadora de la EAPA** te recomienda el video el **circo de las mariposas** que se encuentra en youtube

Recomendaciones culturales

- En el **Centro Cultural CorpBanca** se estará presentando el **Ciclo Teatral de Isaac Chocrón** con dos obras dirigidas por el profesor **Federico Pacanins** y que contará con la **participación de alumnos de la UMA**:
 - **"Analfabeto para Analfabetos"**: del 20 de julio al 10 de agosto.
Sábado 5pm/Domingo 4pm
 - **"Tric trac"**: del 11 de agosto al 08 de septiembre.
Sábado 5pm/Domingo 4pm
- **A partir del 10 de agosto** se presentará la obra **"Poeta Andrés Eloy"** en el Celarg, jueves, viernes y sábado a las 8pm y domingo a las 6pm, dirigido por el profesor **Federico Pacanins** y que contará con la **participación de alumnos de la UMA**.
- Un libro: **30 lecciones sobre democracia** de **Giovanni Sartori**



UMA RED

1. Patricia Palumbo se comprometió y se casa en julio del 2014.



2. El 30 de mayo de 2013 nació en República Dominicana la segunda hija de la egresada **Geraldine García**. Su nombre es Luciana.

3. Clara Gil se comprometió con Cleofacio Suels



4. Miguel Figueroa se acaba de graduar del postgrado en Locución y Doblaje en IDEC - Universitat Pompeu Fabra en España, junto con **Max Manzano**



5. Alejandro Motta está es México se casa el 28 de Septiembre con una catalana. Trabaja en una consultoría mexicana

6. Andreina Luciani esta esperando su primer bebe

7. Mauricio Blanco egresado de comunicación en la octava promoción se fue a vivir a Canadá el sábado 22 de junio

8. Eugenia Vegas y Elisa Carregal comenzaron a trabajar en la Universidad Monteávila

9. Andriana Piñero se caso el sábado 29 de junio por la iglesia con Luis Fernando Pérez

