LITORALPRESS

Fecha: 03-05-2026
Medio: Diario Concepción
Supl. : Diario Concepción
Tipo: Noticia general
Título: "La integración es la condición necesaria para ser relevantes y sostenibles": Vladimir Araya, nuevo gerente de Medios UdeC

Pág. : 8
Cm2: 799,9
VPE: $ 961.441

Tiraje: 8.100
Lectoría: 24.300
Favorabilidad: No Definida

Periodista con relevante trayectoria en Estados Unidos asumió el desafío de liderar el proceso de convergencia de los Medios de Comunicación de la Universidad de Concepción. "Tenemos que pensar en 360 grados, en contenido multiplataforma que conecte con nuestra audiencia", explica.

LIDERA EQUIPOS EDITORIALES DEL CANAL DE TV, DIARIOS Y RADIOS PERTENECIENTES A LA CORPORACIÓN UDEC

"La integración es la condición necesaria para ser relevantes y sostenibles": Vladimir Araya, nuevo gerente de Medios UdeC

FOTO: ISIDORO VALENZUELA M.

Diario Concepción
contacto@diarioconcepcion.cl

"Constituir un todo". Así define la Real Academia de la Lengua Española (RAE) el concepto de integrar. Una acepción que, como se puede apreciar, apunta a algo positivo, que también, implica un desafío. Justamente este proceso es el que asumió la Universidad de Concepción al ponerse como objetivo la integración de sus medios de comunicación, ubicados en Biobío y Ñuble. Esta labor comenzó hace unos años, sobre la base de un detallado estudio externo mandatado por el Directorio de la Corporación Universidad de Concepción y que determinó que el trabajo integrado de los medios de la Universidad era la vía óptima para avanzar en el desarrollo de una propuesta programática más amplia, con diversidad de formatos, consciente de las audiencias a las que se dirigen y con mejores oportunidades ante la crisis por la que atraviesan los medios de comunicación a nivel mundial y, respecto de la cual, Chile no queda fuera.

Radio UdeC, Diario Concepción, radio y diario La Discusión y Televisión Universidad de Concepción componen el conjunto de medios de la Casa de Estudios y, a la vez, conforman hoy una de las plataformas multimediales más grandes de regiones en el país, bajo la denominación de Medios UdeC.

Para liderar la implementación de este proceso de integración, en abril, asumió la gerencia de Medios UdeC, Vladimir Araya, periodista chileno con relevante trayectoria laboral en Estados Unidos, y quien fue seleccionado tras un exhaustivo proceso de selección, llevado a cabo en una convocatoria pública y abierta a profesionales de la comunicación social de Biobío y del país.

"Siempre soñé con trabajar en los medios en Chile, de aportar con mi experiencia en mi país. Además, el destino hizo que esta oportunidad adelantara el plan familiar de vivir en Chile que ya veníamos trabajando hace bastante tiempo", señaló el profesional en entrevista con Diario Concepción.

Su currículum habla por sí solo. Durante su etapa de formación académica realizó prácticas en NBC-Telemundo, en Los Ángeles, California, donde colaboró en distintas emisoras locales. Posteriormente, inició su carrera profesional como productor de noticias, destacándose por su capacidad de organización y liderazgo. Su talento lo llevó a ser promovido a Productor Ejecutivo en Univisión y, con el tiempo, a ocupar el cargo de director regional de noticias. Su trayectoria ha sido reconocida con múltiples premios Emmy en categorías de producción informativa y reportajes especiales. Se ha especializado en la dirección de equipos periodísticos, la transformación digital y la producción multiplataforma.

"Pasé por varias transformaciones, adaptación de nuevas tecnologías y métodos para crear contenido. Fui creando, inventando, innovando, siendo recursivo, viendo oportunidades en las limitaciones que íbamos encontrando, y así fui creciendo hasta llegar a liderar los departamentos de prensa de dos filiales de TelevisaUnivision en California", explica Vladimir Araya.

-¿Qué ha podido recoger en sus primeras semanas de trabajo en Medios UdeC?

Aunque suene raro, los medios locales en Estados Unidos se parecen mucho a Medios UdeC. Igual que allá, tenemos un compromiso con la comunidad local, el compromiso de llevar temas de relevancia y con profundidad a nuestra audiencia, en un lenguaje claro. En Medios UdeC todos entendemos eso y buscamos maneras de usar nuestros recursos para lograrlo. Se siente ese compromiso en los equipos. Estamos llenos de oportunidades también, pero cada reto presenta una oportunidad, a eso tenemos que agregarle una industria que hoy está dividida en varias plataformas y formatos, con una tecnología que avanza todos los días. Las audiencias van cambiando a ese mismo ritmo y en Medios UdeC lo sabemos, lo veo, lo siento, y estamos usando nuestras habilidades y ese compromiso para crecer, evolucionar y mantenernos relevantes.

-¿Qué significa para usted la integración de los Medios de la UdeC?

Significa llevar a los Medios UdeC a una sola dirección estratégica, donde TVU, el Diario Concepción, la radio y diario La Discusión, así como la Radio UdeC dejen de operar como

LITORALPRESS

Fecha: 03-05-2026
Medio: Diario Concepción
Supl. : Diario Concepción
Tipo: Noticia general
Título: "La integración es la condición necesaria para ser relevantes y sostenibles": Vladimir Araya, nuevo gerente de Medios UdeC

Pág. : 9
Cm2: 812,4
VPE: $ 976.529

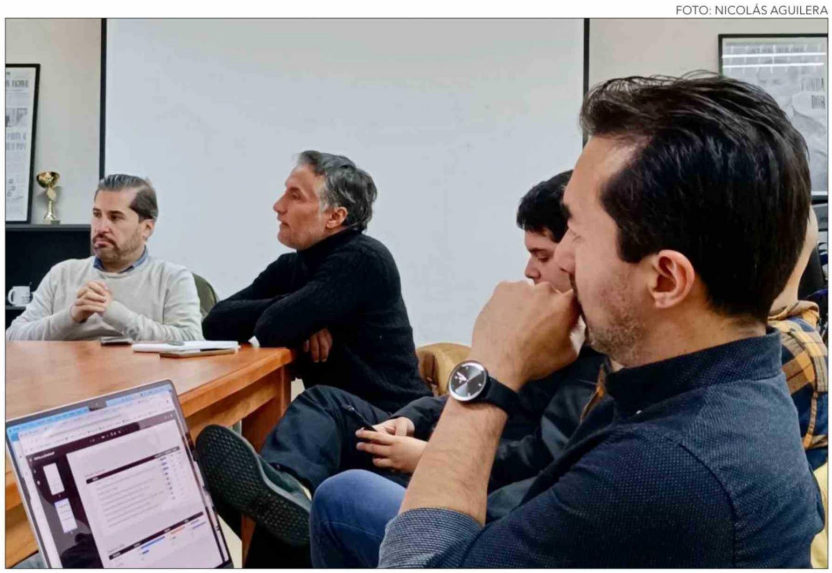
Tiraje: 8.100
Lectoría: 24.300
Favorabilidad: No Definida

islas y empiecen a funcionar como un ecosistema. Una historia puede nacer en digital, desarrollarse en el diario y amplificarse en televisión y redes sociales, sin duplicar costos ni esfuerzos. Hemos visto casos claros y exitosos en la industria. Clarín llegó a 500 mil suscriptores digitales porque unificó su redacción. Lo hizo Televisa con Univision, y hoy crece en ingresos porque opera como una sola plataforma multicanal. Ejemplos hay muchos. Integrarse no significa desaparecer, sino tener más recursos, más alcance y más impacto. Eso es exactamente lo que se hizo en Univision en mercados o contenido regional, y es lo que quiero construir aquí con el respaldo de la Universidad. Las claves son el liderazgo editorial comprometido con la convergencia, la tecnología compartida entre plataformas, y equipos periodísticos entrenados para producir contenido local, comunitario, cercano, que nos vean como sus vecinos en múltiples formatos. He sido testigo, lo he vivido, y disfrutado de los éxitos. Estoy seguro de que con nosotros en Medios UdeC será así también. La integración es la condición necesaria para ser relevantes y sostenibles en la región. Tenemos los equipos, el respaldo de la Universidad, y la oportunidad de construir algo que ningún medio regional privado puede replicar fácilmente. Eso es lo que me motiva a estar aquí.

-¿Cómo proyecta la integración y el desafío hoy y a futuro de los Medios UdeC?

En este momento el desafío es operacional, entender cómo trabaja cada medio, dónde están las duplicidades, identificar las herramientas que faltan, potenciar el talento y empezar a construir los puentes. Por eso esperamos que el conocimiento

FOTO: NICOLÁS AGUILERA



sea transversal. Ya estamos avanzando por ese camino. La prioridad es crear una redacción convergente, que una historia producida en La Discusión en Chillán tenga vida en TVU y en digital, sin generar carga extra para los equipos. Eso requiere procesos compartidos, tecnología común y una cultura editorial que hoy todavía estamos construyendo. Tenemos que pensar en 360 grados, en contenido multiplataforma que conecte con nuestra audiencia, sirviendo a la vez como puente entre la Academia y la comunidad. El objetivo es que seamos una operación multimedia de referencia.

-Se ha planteado que estas plataformas tienen como misión ser una bisagra o mediar entre la UdeC y la comunidad, ¿Cómo proyecta esa relación y cómo imagina a los Medios UdeC en su rol con la ciudadanía?

FOTO: CEDIDA

Esa bisagra es el activo más valioso que tenemos, y también la mayor responsabilidad. La Universidad de Concepción genera conocimiento todos los días, investigación, ciencia, opinión, cultura. Se ha planteado que el problema histórico de las universidades es que ese conocimiento se queda adentro, en las revistas científicas a las que no tiene acceso la comunidad. Medios UdeC existe precisamente para que no ocurra eso, para traducir lo que pasa en los laboratorios, en las aulas, en el debate académico y en la producción científica, en contenido que le sirva a la gente de las regiones del Biobío y Ñuble, e incluso para quienes vean el contenido desde cualquier otro lugar. Tuve muy buenas experiencias trabajando en colaboraciones entre TelevisaUnivision y la Universidad del Sur de California (USC) y la Universidad de California en Davis, que incluso nos llevó a ganar premios de excelencia periodística, como Emmys y otros. Y la bisagra funciona en dos sentidos: no es solo la Universidad hablándole a la comunidad, es también la comunidad encontrando en nosotros un espacio donde se vea reflejada. Eso significa cobertura local seria, con contexto, con profundidad. Algo que los algoritmos de las plataformas globales no van a dar nunca. Lo que proyecto a futuro es un Medios UdeC que sea la fuente de referencia cuando pasa algo importante en la región, no porque seamos los más rápidos, sino porque somos los más confiables y los mejor contextualizados. Esa credibilidad viene directamente del sello universitario, y eso es un privilegio.

-¿Qué debería esperar la comunidad interna y externa de los Medios de Comunicación UdeC?

Confianza, relevancia y evolución, con una manera de hacer contenido que se adapta a las plataformas de hoy, manteniendo la profundidad, ética, responsabilidad y el contexto que solo una institución universitaria puede aportar. No somos un medio de nota roja, farándula, ni de clickbait. Somos el lugar al que vas cuando quieres entender algo, no solo saberlo. En un ecosistema mediático donde la desinformación es un problema real, el sello UdeC es una garantía. Que el TVU que ven hoy no sea el mismo en dos años. Que cada día podamos evolucionar y estar más cerca de la gente. Que el Diario Concepción y La Discusión tengan presencia digital más relevante. Que el contenido de la Radio UdeC y La Discusión pueda traspasar formatos o plataformas. No basta con mantener lo que existe, tenemos que demostrar que somos capaces de superarnos a nosotros mismos. Y para la comunidad interna, los equipos de cada medio, lo que deberían esperar es claridad, respaldo y unidad. Claridad sobre hacia dónde vamos y por qué; y respaldo y unidad para hacer bien su trabajo con el apoyo de todos. Mi responsabilidad es crear las condiciones para que el talento y habilidades de todos se unan y continuemos creciendo. En síntesis, que se note que Medios UdeC está presente, que importa, y que está mejorando.

-A futuro y basado en la idea de la proyección nacional e incluso internacional, ¿Es posible pensar en ese alcance para los Medios UdeC, tanto nivel país, como fuera del país?

No es una idea descabellada, es una consecuencia lógica de lo que somos. La Universidad de Concepción tiene presencia, reputación y redes académicas que van mucho más allá de la región. Eso es una plataforma que la mayoría de los medios regionales del país simplemente no tienen. La pregunta no es si podemos llegar más lejos, es cómo usamos lo que ya existe, el camino más realista pasa por el contenido especializado. No vamos a competir con TVN o con La Tercera en cobertura generalista, pero sí podemos ser referentes en temas donde la universidad tiene autoridad real: medioambiente, ciencia, salud, etc. Esos temas tienen audiencia nacional y creciente. El periodismo colaborativo demuestra que un medio regional puede tener impacto global si tiene buenos periodistas, buenas historias y los aliados correctos. Ahí hay una oportunidad concreta para nosotros. Y hay un factor que no podemos ignorar, hay miles de egresados de la UdeC viviendo fuera de Chile. Una estrategia digital bien ejecutada nos permite llegar a ellos, y ellos son embajadores naturales de lo que hacemos.

OPINIONES
X @MediosUdeC
contacto@diarioconcepcion.cl