



Monjos budistes ofereixen la seua visió sobre la gestió de marca a l'UJI

Departaments propis i externs de comunicació desenvolupen la marca Monjes Budistas Sakya Tashi Ling

MARÍA JESÚS MARCO

El Departament de Ciències de la Comunicació de la Universitat Jaume I i l'Associació per al Desenvolupament de la Comunicació -Ad Comunica- van organitzar el passat mes de juny una xarrada col·loqui de l'abat Lama Jamyang Tashi Dorje Rinpoché, de la Fundación Monjes Budistas Sakya Tashi Ling, per a oferir la seua visió sobre la gestió de la marca que gestiona la seua comunitat. A la conferència, l'abat va explicar de forma succinta com havien aconseguit posar la comunicació al servei de l'espiritualitat.

La creació d'aquesta fundació no hauria sigut possible sense una aplicació honesta i intel·ligent de tècniques de comunicació i màrqueting que s'adequaven a la seua condició de comunitat religiosa. Aquestes tècniques, integrades ja avui dia dins de la gestió dels monestirs, es desenvolupen des de departaments propis i externs de comunicació i màrqueting, els quals vetlen per la correcta gestió de la marca Monjes Budistas Sakya Tashi Ling. A més, els monjos de Fundación Monjes Budistas Sakya Tashi Ling disposen d'assessors que gestionen la seua relació amb els mitjans de comunicació.

El Venerable Lama Jamyang Tashi Dorje Rinpoché s'ha mantingut sempre obert a les necessitats i problemes del seu entorn i amb aqueix objectiu va fundar al novembre de 2004 la Fundación Monjes Budistas Sakya Tashi Ling, que té tres àmbits d'actuació: docent, cultural i mediambiental i social.

L'abat va destacar que han posat la comunicació al servei de l'espiritualitat



▲ L'abat Lama Jamyang Tashi Dorje Rinpoché en un moment de la conferència.

En l'àmbit docent s'emmarquen els programes de relaxació per al desenvolupament personal, de meditació per al desenvolupament personal, d'estudis filosòfics budistes i el de formació de líders.

Mentrestant, en l'àmbit social la fundació s'encarrega de l'atenció dels col·lectius més desfavorits. A través d'aquesta acció es manté un orfenat a Katmandú (Nepal), una escola a Darjeeling (Índia) i una escola taller a Cusco (Perú).

Finalment, en l'àmbit cultural i mediambiental s'emmarca el projecte MEDINAT (jardí de meditació i naturalesa), el Museu Monjes Budistas Sakya Tashi Ling -exposició permanent mitjançant la qual es pretén acostar

aquesta filosofia mil·lenària a la societat actual-, el Laboratori dels Monjes Budistes -un laboratori de I+D+i. El principal objectiu d'aquest laboratori és la investigació i estudi de la felicitat, per això els monjos posen a disposició els seus coneixements sobre la ment i les seues tendències per a investigar, desenvolupar i innovar aquelles activitats que acompanyen en el dia a dia, així com l'alimentació, el treball, la conducció, l'oci, etc.

La Fundación Monjes Budistas Sakya Tashi Ling també han realitzat un documental amb el títol «El poder del mantra», un CD Monjes Budistas Sakya Tashi Ling: Live Mantra i un manual «de cuina per a la felicitat».

L'activitat va incloure una visita dels associats i la junta directiva d'Ad Comunica al Monestir Sakya Tashi Ling ubicat a la localitat castellonca de la Vall d'Alba.

FOTO: VOX UJI



▲ Premi a la Innovació en Mitjans.

Zenithmedia i Bancaixa premien dos estudiants de Publicitat de l'UJI

REDACCIÓ

Sara Peris i Alejandra Melià, estudiants de Publicitat i Relacions Públiques de la Jaume I, van ser les guanyadores del Premi a la Innovació en Mitjans, convocat per l'agència Zenithmedia i Bancaixa. El premi va consistir en la incorporació de les guanyadores a la plantilla de la multinacional.

El treball guardonat va ser triat entre més de 60 projectes presentats i va destacar per l'ús dels mitjans de forma estratègica per a atraure un públic jove. Durant l'entrega de premis, José M^a Rubert, conseller delegat de Zenithmedia a València, va destacar l'alt nivell dels treballs presentats, les idees innovadores i audaces.

Els Premis a la Innovació en Mitjans van tenir com a objectiu que els alumnes conegueren de prop i experimentaren la labor que exerceixen les agències de mitjans dins del món de la comunicació, a més de donar-los l'oportunitat de desenvolupar les seues habilitats en aquest sector. Per això, al llarg del curs es van desenvolupar quatre jornades impartides per diversos professionals de Zenithmedia.

L'objecte de treball era el projecte Custom de Bancaixa, que ofereix avantatges per als joves de fins a 35 anys en l'adquisició de l'habitatge, targetes amb beneficis socials per a ONG i productes amb comissions del 0%.