

Plan de estudios de Relaciones Públicas acorde a los desafíos en comunicación (por Lila Farías*)

27/12/2006

* Jefa de carrera de Relaciones Públicas UVM

Emprendimiento, internacional, estrategia y tecnología, son los principales atributos, además de la continuidad de estudios.

"La primera fortaleza de la nueva malla curricular es que responde a los desafíos que se están presentando en la comunicación organizacional en nuestro país, a partir de ciertos hitos en la sociedad de la información y de las comunicaciones, y en todo lo que implica el entorno, el contexto social, político, económico, cultural, tecnológico, etc.", dijo Lila Farías, jefe de carrera de Relaciones Públicas UVM, en referencia a la nueva malla curricular que estará vigente a partir de 2007

La Doctora © en Comunicación, Ética y Derecho a la Información en España y América Latina por la Universidad Complutense de Madrid, explicó que la comunicación en las organizaciones se están haciendo más complejas y sofisticadas. "Al haber múltiples interacciones ya no hay una relación lineal, desde la empresa a la organización, ya que ahora el entorno es el que está condicionando la necesidad de actuación de la empresa, por lo tanto, son muchas más las variables y los contenidos que hay que abordar", dijo Farías.

Fortalezas del Plan de Estudios

La jefe de carrera explicó que son cuatro las visiones que contempla la nueva malla curricular de la carrera: Emprendedora, Estratégica, Tecnológica e Internacional. En este nuevo planteamiento, el plan de estudios tiene toda una línea de comunicación digital que se inicia en el taller de diseño digital, continua en el taller de comunicación digital y después hay un ramo de comunicación multimedia.

Para la docente todo esto no implica sólo el contenido, sino que también se incluye el tema de la práctica y la construcción de lenguajes, desde una perspectiva de procesamiento de información que tienen las nuevas generaciones, diferente al pensamiento lineal que se manejaba hasta hace unos diez años. "Ahora, las formaciones en comunicación han evolucionado y las relaciones y las mediaciones se han complejizando", afirmó Farías.

Sicología y Sociología de la Comunicación

Dentro del área de la psicología se agregan dos nuevas asignaturas: Psicología de la comunicación y sociología de la comunicación, relacionadas con el comportamiento humano y social, y con el nuevo concepto de audiencia.

"Esto va a implicar un tipo de segmentación diferente, una manera distinta de comunicarse, ya que no basta con saber el grupo socioeconómico al cual pertenecen, sino que hay un tipo de clasificación que está más orientado a lo psicográfico y a variables de tipo cultural y sociales. Ya no basta saber quiénes son, sino que tenemos que saber cómo se relacionan entre sí, con los medios de comunicación y qué tipos de comunicación requieren", aseguró la jefe de carrera.

De esta forma, existe un contexto más complejo que requiere ser abordado desde el punto de vista de la psicología social, de la psicología de la comunicación y la psicología organizacional.

Generación de conocimientos

En Chile y en general en Latinoamérica, no hay grandes contribuciones al nuevo conocimiento en comunicación organizacional, con excepción de México y Brasil. Por ello, la Escuela de Comunicaciones de la Universidad de Viña del Mar, se propone generar nuevos conocimientos en pos de los problemas que se le estén presentando a las empresas u organizaciones en nuestro entorno regional. "Hay que trabajar buscando nuevos conocimientos para fortalecer la relación entre la universidad y la empresa, para que no estemos formando profesionales que no necesariamente estén respondiendo a las expectativas del mercado y la sociedad, sino que podamos por una parte, entregar nuevo conocimiento al entorno, pero también responder a las inquietudes o poder darnos cuenta de las inquietudes y problemas que se están dando en el entorno", aseguró Farías.

Lenguaje y Emprendimiento

Uno de los principales objetivos de esta nueva malla es fortalecer el lenguaje desde una perspectiva básica de lo que es el concepto, hasta una perspectiva de aplicación de lenguaje en lo que tiene que ver con el lenguaje escrito y oral. El lenguaje escrito porque se agregan dos ramos de redacción, uno es el Taller de Redacción que antes no existía y el enfoque de literatura universal, y en la parte de lenguaje oral está también relacionado con el desarrollo personal. Se agregan los ramos de Argumentación, Seminario del Ambito y Taller de Comunicación Eficaz.

La otra línea que está relacionada con el emprendimiento, planificación estratégica y gestión de la empresa es un área nueva que se inicia con Introducción a la Gestión de Empresa, Gestión Estratégica, Marketing y Juego de Negocios, donde se desarrolla el pensamiento estratégico y creativo, y por otra parte apunta a formar emprendedores desde el punto de vista de la gestión de nuevos proyectos y desde el punto de vista del aporte que cada uno puede hacer dentro de la empresa donde trabaja.

Los talleres internacionales son talleres que se van a realizar en el exterior y que van a participar expertos externos.

Los ramos profesionales ahora son temáticos en función de áreas que están relacionados con conceptos fundamentales como la comunicación y reputación corporativa, la comunicación comercial, el manejo de crisis, la promoción y las relaciones públicas y comunicación estratégica.

Aspecto diferenciador

Se entiende las Relaciones Públicas como una disciplina que se nutre de la comunicación organizacional para el conocimiento, fundamentalmente de los procesos de comunicación, y a la vez para la gestión del cambio permanente que se está dando, tanto a nivel interno en las organizaciones, como al nivel de comunicación con su entorno.

"Nosotros concebimos a las relaciones públicas como facilitadoras y vehículos de transformación social, no es una cuestión utilitaria o instrumental simplemente, sino que algo que va mucho más allá", afirmó la jefe de carrera de Relaciones Públicas.