

Educación de Relaciones Públicas para el Siglo XXI

El Vínculo Profesional

Educación

Relaciones Públicas

Práctica

Resumen Ejecutivo

Informe de la Comisión de Educación en Relaciones
Públicas

WWW.COMMPRED.ORG

NOVIEMBRE 2006

Traducción al español: Angie Diaz, Paola Cárdenas y
Juan-Carlos Molleda, Universidad de la Florida

Agradecimientos

La Comisión de Educación en Relaciones Públicas agradece el valioso apoyo recibido de las siguientes instituciones para la elaboración de su informe de 2006:

Fundaciones:

- Instituto para las Relaciones Públicas
- Fundación de la Sociedad de Relaciones Públicas de América
- Fundación Scripps Howard

Desarrollo e Investigación del informe

- Universidad de la Florida
- Universidad de Maryland
- Universidad de Miami
- Universidad Valparaiso
- Universidad Virginia Commonwealth

Personal de Apoyo:

- Sociedad de Relaciones Públicas de América

La Comisión también está agradecida con sus miembros activos, aquellos educadores y relacionistas profesionales quienes jugaron un papel importante en la producción de este reporte, de ese modo, ayudando a fortalecer el vínculo entre la educación en relaciones públicas y su ejercicio profesional.

El Vínculo Profesional

La Educación y Práctica de las Relaciones Públicas

Resumen Ejecutivo

Este informe, al igual que los informes anteriores ofrecidos por la Comisión de Educación en Relaciones Públicas, presenta recomendaciones para la educación universitaria y el entrenamiento para profesionales en el área de las relaciones públicas.

Pero más allá de este propósito tradicional, el informe “El Vínculo Profesional” también ha sido desarrollado para demostrar, facilitar y animar el tipo de conexión de educación y práctica en relaciones públicas, que es el fundamento de cualquier profesión.

Hay mucho por hacer—por parte de cada grupo de interés de relaciones públicas—para completar esta vinculación. Así que para acentuar la importancia de esta misión, la Comisión ha preparado la sesión especial, “Una Llamada a la Acción”, como conclusión de este informe.

El informe “El Vínculo Profesional” no está supuesto a ser preceptivo. Sus recomendaciones son presentadas como objetivos por excelencia según un cuadro de distinguidos educadores y relacionistas profesionales. Y, el ser desarrollado en Norte América, es simplemente un punto de referencia para el desarrollo de las relaciones públicas en otras partes del mundo.

El informe es necesariamente largo, por ser tan ambicioso. Este resumen es presentado como un estimulante al lector para que lea el reporte completo o, por lo menos, para que escoja temas de su interés dentro de las cuatro categorías básicas que contienen diecisiete secciones. El informe completo en inglés está disponible en el portal de la Comisión: www.commpred.org.

A continuación los puntos principales del informe.

Investigación para el Informe

Basado en cinco “etapas” de investigación, la Comisión concluyó que hay un acuerdo sustancial entre educadores y relacionistas profesionales sobre lo que un estudiante universitario de relaciones públicas debe aprender para que pueda realizar un buen trabajo como profesional.

Es necesario que en este nivel el estudiante posea: habilidad para escribir y pensar críticamente, habilidad para resolver problemas; “buena actitud”, habilidad para comunicarse públicamente y que tenga iniciativa.

También hubo acuerdo en que la educación de relaciones públicas debe incluir pasantías, prácticas profesionales u otra experiencia de trabajo en el campo.

La investigación también encontró considerable apoyo para el estudio interdisciplinario de materias tales como la administración y la ciencia conductista.

La Ética de Relaciones Públicas

Además de notar que la ética profesional está basada en gran parte en la ética personal de todos los que conforman la comunidad de relaciones públicas, la Comisión acentúa que:

- Este tema debe extenderse a todos los contenidos de la educación profesional de relaciones públicas.
- Si un plan de estudio no puede acomodar un curso dedicado a la ética, cursos cortos de una hora o seminarios cortos pueden ofrecer a los estudiantes universitarios un foro relevante sobre el tema.

Diversidad

“Gerentes exitosos de diversas organizaciones hoy reconocen que el capital humano, que ha sido reclutado, entrenado y mantenido, puede ofrecer aportes y rendimientos valiosos”, indica el informe.

Esta sección presenta un tratamiento exhaustivo que define la diversidad, identificando los mayores elementos esenciales de la educación en relaciones públicas y cómo, en la práctica, las relaciones públicas pueden lograr el avance de la diversidad en la sociedad.

Tecnología de la Comunicación

“Los educadores de relaciones públicas deben asegurarse que sus estudiantes estén preparados, no solo para ser altamente competentes en el uso de los más recientes avances tecnológicos de la comunicación, sino que también entiendan y aprecien la

importancia de su uso en beneficio de la sociedad. Los educadores deben usar esta tecnología para maximizar la efectividad de sus propias instrucciones,” indica el informe.

Por lo tanto la Comisión recomienda que la última tecnología de la comunicación usada en la práctica de relaciones públicas sea integrada en el currículo hasta el punto que sea permitido por los recursos institucionales. Y esa pericia del estudiante con la tecnología en gran parte puede lograrse a través de pasantías o prácticas profesionales.

Implicaciones Globales

“Podría decirse que las relaciones públicas se están transformando en una profesión global en un mundo cada vez más conectado donde el entendimiento mutuo y la armonía son más importantes que nunca”, indica el informe.

Reconociendo que las relaciones públicas varían, como es de entenderse, de acuerdo a la sociedad donde está se ejerce, la Comisión en esta sección presenta siete niveles de análisis sobre el perfil de las relaciones públicas y su práctica en varias partes del mundo.

Estos niveles de análisis son: valores y creencias culturales, leyes y políticas públicas; grupos externos, organizaciones y asociaciones; factores institucionales en el marco académico; programas de intercambio internacional; factores interpersonales dentro de una institución y factores inter-personales entre los estudiantes y los educadores.

EDUCACION UNIVERSITARIA DE PREGRADO

“La educación universitaria de pregrado en relaciones públicas ha cambiado y re-posicionado siguiendo los pasos de su ejercicio profesional... Cuando los profesionales ayudan a las organizaciones a desarrollar relacionamientos de mutuo beneficio entre los diversos públicos, las organizaciones prosperan”, indica el informe.

Por eso, la Comisión recomienda mayor énfasis en la ética y la transparencia, la nueva tecnología, la integración de los mensajes y las herramientas de comunicación, la solución de problemas interdisciplinarios, la diversidad, la perspectiva global y la investigación con resultados medibles.

Esta sección identifica un extenso campo de conocimientos y habilidades que deberían ser enseñados en un plan de estudio universitario de relaciones públicas.

El conocimiento a ser adquirido va desde los conceptos y estrategias de comunicación y persuasión, los relacionamientos y la construcción de relacionamientos y de las tendencias sociales, hasta los usos de la investigación y el pronóstico, así como asuntos multiculturales y globales además de conceptos y teorías de gerencia. Una muestra similar de destrezas a ser obtenidas va desde el dominio del idioma hablado y escrito, manejos de asuntos públicos y segmentación de audiencias, hasta la redacción

informativa y persuasiva, destrezas auditivas críticas y la aplicación de sensibilidad intercultural y entre géneros. La Comisión ha identificado los cursos siguientes para una especialización “ideal” en relaciones públicas:

- Introducción a las relaciones públicas (incluyendo teoría, origen y principios)
- Casos de estudios que analicen la práctica profesional
- Investigación, mediciones y evaluación
- Leyes y ética de las relaciones públicas
- Redacción y producción de tácticas
- Planificación y gerencia
- Experiencia de trabajo supervisado en relaciones públicas (pasantías)
- Electivas dirigidas

“A pesar que algunos programas académicos encontrarán difícil ofrecer siete cursos consagrados completamente a las relaciones públicas, la Comisión considera que los temas a cubrir en dichos cursos son esenciales para una educación de calidad en relaciones públicas. Estos temas pueden ser combinados de diferentes maneras dentro de los cursos, e incluso algunos de los cursos podrían incluir nuevos temas, una especialización debe ofrecer cursos suficientes para enseñar los conocimientos y habilidades identificadas como necesarias para tener éxito en el área”, indica el informe.

El informe continúa: “Un mínimo de cinco cursos deben ser requeridos en una especialización en relaciones públicas”. El énfasis académico debe incluir los siguientes cursos:

- Introducción a las relaciones públicas (incluyendo teoría, origen y principios)
- Investigación, mediciones y evaluación
- Redacción y producción de tácticas
- Experiencia de un trabajo supervisado en relaciones públicas (pasantías)
- Un curso adicional en leyes y ética de relaciones públicas, planificación y gerencia y casos de estudios o campañas

EDUCACION DE POSTGRADO

En una investigación cualitativa conducida para este informe, 18 líderes de relaciones públicas apoyaron varios tipos de programas de postgrado en relaciones públicas en vez de endosar una maestría en administración de negocios (MBA) o catalogar como innecesarios los estudios de postgrado en relaciones públicas. La investigación de la Comisión sugiere que la educación de postgrado debe encaminarse hacia el entendimiento de los negocios, la gerencia y las relaciones públicas como una función estratégica de la gerencia.

NIVEL DE MAESTRIA

El estudiante de postgrado debe dominar las siguientes áreas de contenido más allá de las

competencias adquiridas durante los estudios de pregrado:

- Teoría y conceptos de relaciones públicas
- Leyes de relaciones públicas
- Ética de relaciones públicas
- Relaciones públicas globales
- Aplicaciones de relaciones públicas
- Gerencia de relaciones públicas
- Investigación de relaciones públicas
- Programación y producción de relaciones públicas
- Públicos de relaciones públicas
- Procesos de comunicación
- Ciencias gerenciales
- Ciencias conductistas
- Pasantía y experiencia del ejercicio
- Tesis y proyecto final y/o exámenes comprensivos

La Comisión también nota que cursos como éstos pueden ser configurados en tres modelos diferentes, dependiendo en la intención del estudiante: continuar con estudios de doctorado, prepararse para una carrera avanzada o una especialización en relaciones públicas.

NIVEL DOCTORAL

La Comisión nota que la producción de graduados con doctorados no ha mantenido el ritmo con la necesidad, ya sea en la educación o en el ejercicio de la profesión. Entonces recomienda credenciales académicas y “un incremento de las alianzas con relacionistas profesionales y organizaciones profesionales para ayudar a que los educadores permanezcan actualizados con el ejercicio de las relaciones públicas”.

La Comisión también recomienda “el desarrollo de programas doctorales adicionales donde se fortalezcan programas de pregrado y maestría y exista en cuerpo profesoral” y enumera una serie de iniciativas para ayudar a lograr este resultado.

EXPERIENCIA PROFESIONAL SUPERVISADA

Esta sección proporciona una lista valiosa de 16 asuntos a ser confrontados al desarrollar pasantías apropiadas a la institución académica y sus estudiantes. En cuanto al difícil tema de pasantías pagadas o no pagadas, la Comisión nota que “los estudiantes casi siempre seleccionan las organizaciones a las cuales ellos aplican y las organizaciones que ofrecen un pago atraen a los mejores candidatos”.

Por ésta y otras razones, la Comisión recomienda que “las organizaciones patrocinadoras de todas clases—compañías, agencias, oficinas de gobierno y organizaciones sin fines de lucro—paguen a los estudiantes de relaciones públicas por sus pasantías”.

Entre sus otras recomendaciones: crédito académico por pasantías realizadas debería ser reservado para experiencias que incluyan un supervisor con alto conocimiento en el campo de relaciones públicas y las organizaciones deberían asignar a los estudiantes internos, supervisores que rutinariamente y claramente instruyan a los estudiantes y evalúen su desempeño.

ENSEÑANZA A DISTANCIA

La investigación de la Comisión determinó que a pesar del rápido crecimiento de la educación en línea (enseñanza a distancia) en los Estados Unidos, no parece haber un programa completo de pregrado en línea con énfasis en relaciones públicas disponible cuando fue realizada la investigación. Sin embargo, las seis universidades del “Tennessee Board of Regents System” ofrecen una secuencia de cinco cursos en relaciones públicas (principios, redacción, investigación, problemas de casos y campañas) en su concentración en liderazgo organizacional de una licenciatura en línea en estudios profesionales.

En el nivel de postgrado no hay un programa entero de relaciones públicas que sea totalmente en línea.

En resumen, la Comisión sugiere que “relaciones públicas en la próxima década incluya educación en línea en su combinación de métodos para impartir educación y así poder mantener el ritmo con la educación profesional”. Para introducir programas en línea de calidad, los administradores y educadores de relaciones públicas deben dirigir recursos (incentivos, diseño y costo de desarrollos de programas), pedagogía y certeza de calidad.

APOYO ACADÉMICO Y DE GOBERNABILIDAD

La ubicación de programas académicos dentro de la estructura administrativa de las universidades afecta seriamente la habilidad de tales programas en relaciones públicas para responder independientemente y adaptarse a las necesidades de la profesión de relaciones públicas.

“También un factor dominante que influye en una institución de educación superior es el grado de apoyo financiero externo o, en algunos casos, las decisiones políticas que refleje la dirección legislativa de un Estado hacia una profesión”, indica el informe.

La Comisión por lo tanto cita dos necesidades críticas si las relaciones públicas llegaran a lograr la posición de una profesión con requisitos generalmente aceptados de educación para el desempeño:

- Incremento de la influencia económica.
- Incremento de la participación de los profesionales y la profesión para influir el desarrollo de la educación de las relaciones públicas.

Esta sección recomienda pasos específicos que incrementarán la respuesta y acelerará el

avance, así como el compromiso institucional estructural, que fortalecerán notablemente los programas de relaciones públicas.

CREDENCIALES DEL PROFESORADO

Existe una escasez de educadores calificados de relaciones públicas, siendo esto aun más grave debido al incremento de estudiantes de relaciones públicas.

Este reto para la profesión se complica por el hecho de que los institutos tecnológicos y las universidades están siendo presionados por cuerpos de acreditación a llenar posiciones del profesorado con educadores que posean un doctorado.

Un grado doctoral prepara a los profesores no solo como educadores sino que además como académicos quienes conducen investigaciones utilizando múltiples metodologías para ayudar a construir teorías que contribuyen al cuerpo de conocimiento de las relaciones públicas.

“Mientras la Comisión cree que hay un lugar en la academia para profesionales con una experiencia sustancial y significativa, aquellos profesionales quizás estén esperando obtener el más alto título universitario, es decir un doctorado, como una credencial para convertirse en profesores de tiempo completo”, indica el informe.

ORGANIZACIONES PROFESIONALES Y PRE-PROFESIONALES

Los estudiantes de relaciones públicas en los Estados Unidos tienen la oportunidad de disfrutar de un número de organizaciones profesionales u organizaciones pre-profesionales antes de graduarse. Al convertirse en miembros activos en estas organizaciones ellos pueden empezar a ver cómo se ubicarían en la profesión y quizás cómo lograr un enlace con su primer puesto de trabajo.

Esta sección provee información detallada de varias organizaciones globales y de los Estados Unidos que asisten a los estudiantes brindándoles orientación. La sección además presenta información de la relación que se establece entre los estudiantes y las empresas a través de las universidades y las oportunidades para becas, premiaciones y otros apoyos ofrecidos por organizaciones tales como la Fundación LaGrant (pasantías y becas para estudiantes minoritarios quienes se encuentran estudiando relaciones públicas), el Consejo de Firmas de Relaciones Públicas, la Sociedad Arthur Page y la publicación *PRWeek*.

PROGRAMAS DE ACREDITACION Y CERTIFICACION

Muchos programas académicos en relaciones públicas se benefician por ser certificados por la Sociedad de Relaciones Públicas de América (siglas en inglés: PRSA) y/o acreditados por el Consejo de Acreditación de Educación en Periodismo y Comunicación Masiva (siglas en inglés: ACEJMC).

Estos programas ganan por la intensa auto-exanimación guiada por estándares de excelencia de los sistemas de certificación y acreditación. Y ellos además adquieren un

estatus por haber reunido esos estándares.

La Certificación de PRSA solo examina los programas de relaciones públicas mientras que la acreditación de ACEJMC evalúa a una facultad o escuela completa, es decir que examina todos los programas de comunicación de una institución, los cuales frecuentemente incluyen periodismo impreso y audiovisual, publicidad y relaciones públicas.

Ambos programas de evaluación son voluntarios. Cada uno tiene nueve estándares de revisión con un énfasis recién agregado en la evaluación de la diversidad y resultados. Actualmente los programas de relaciones públicas en 14 universidades de los Estados Unidos, una institución universitaria canadiense y una universidad en Argentina están certificados por PRSA. ACEJMC ha otorgado actualmente la acreditación a 88 facultades o escuelas de comunicación masiva con programas de relaciones públicas.

La Comisión recomienda que más programas de relaciones públicas busquen certificación o acreditación y que más profesionales en ejercicio sean voluntarios para servir en los equipos de evaluadores durante las visitas a instituciones para estas importantes evaluaciones de la excelencia académica. Además de que les urge a las asociaciones de relaciones públicas que aún no son miembros de ACEJMC que consideren la afiliación en Consejo, de ese modo, aumentar la “voz” (share of voice) o participación de las relaciones públicas en este importante esfuerzo.

UNA LLAMADA A LA ACCION

La educación contemporánea en relaciones públicas todavía es joven, buscando su “hogar”—y frecuentemente su legitimación—en la academia. El campo es en gran parte poblado por profesionales en ejercicio quienes nunca tuvieron la oportunidad para su estudio formal, así que aprendieron sus destrezas principalmente a través de su larga experiencia.

Esa imagen está cambiando. Los graduados de los programas académicos de relaciones públicas están entrando al campo laboral en números mayores.

“Mientras crece el registro de amplio apoyo para la educación de relaciones públicas por grupos profesionales, hay una necesidad crítica por una acción semejante por parte de profesionales en ejercicio y las firmas, las compañías y las organizaciones con las que ellos están asociados y en la que ellos son influyentes”, indica el informe.

“Muy pocos están contribuyendo con apoyo financiero a los programas de relaciones públicas en institutos universitarios o tecnológicos y universidades de su elección”, según indica el informe.

Esta sección final es una llamada de la Comisión a los profesionales en ejercicio para que asuman un nivel nuevo de compromiso con la educación de relaciones públicas. Enumera ocho acciones específicas—algunas financieras, otras "en especies"—que los profesionales pueden tomar para reforzar el vínculo profesional entre la educación y la

práctica. Y, la Comisión nota, que los educadores igualmente pueden tener un papel esencial en el refuerzo que vincula, principalmente tomando la iniciativa para establecer o formar relaciones con los profesionales y sus organizaciones.

La sección “Una Llamada a la Acción” también presenta la “Muestra de Mayores Contribuciones para la Educación de Relaciones Públicas” (“Sampling of Major Gifts to Public Relations Education”), un valioso compendio de esas grandes contribuciones para estimular un apoyo adicional para los programas académicos en relaciones públicas.

“Hoy existen muy pocos “ángeles” apoyando la educación en relaciones públicas, pero solo pocos pueden liderar el camino”.

Betsy Plank, APR, Fellow PRSA, ejecutiva y donante de relaciones públicas por 50 años

“Que servicio tan maravilloso han hecho por las relaciones públicas al compilar la lista de mayores contribuciones para avanzar la educación de relaciones públicas”

Harold Burson, APR, Fellow PRSA, Burson-Marsteller

UN BUEN LUGAR PARA INICIAR

Aquí está cómo:

Contacte al personal de desarrollo en su alma Mater en caso de tener un programa de relaciones públicas. De lo contrario, seleccione un programa de la lista de unidades certificadas por PRSA en la Sección de Programa de Certificación y Acreditación (http://prsa.org/_About/overview/certification.asp?id=over5) o de la lista de unidades acreditadas de ACEJMC (<http://www2.ku.edu/~acejmc/STUDENT/PROGLIST.SHTML>). La tercera opción es identificar un programa académico que patrocine uno de los más de 270 capítulos de la Sociedad de Estudiantes de Relaciones Públicas de América (www.prssa.org).

Cualquiera de estos primeros pasos lo pondrá a usted en el camino para apoyar no solo el programa individual de relaciones públicas sino que además...

El Vínculo Profesional- Educación de Relaciones Públicas y Práctica
www.commpred.org