



**X Coloquio Internacional sobre Gestión
Universitaria en América del Sur**
"Balance y prospectiva de la Educación Superior en el marco
de los Bicentenarios de América del Sur"
Mar del Plata 8, 9 y 10 de Diciembre de 2010

Nombres y Apellidos: **Aquiles Ernesto Moreira y Héctor Eduardo Rodríguez**
E-mail: aquiles_moreira@yahoo.com
eduardo_100rodriguez@hotmail.com

Universidad Nacional de Salta
Area temática: **Vínculos Universidad Sociedad.**

**Las Relaciones Públicas como posibilidad de acercar la Universidad a la
Sociedad**
Desde una perspectiva del Personal de Apoyo Universitario

La educación Superior es un bien público social, un derecho humano y universal y un deber del estado. Esta es la convicción y la base para el papel estratégico que debe jugar en los procesos de desarrollo sustentable de los países de la región.
Conferencia Regional de Educación Superior, Cartagena. 2.008

Introducción

El presente trabajo está dirigido a plantear el escenario de las Relaciones Públicas, constituido en dirección, en la Universidad Nacional de Salta, con sus características, su contexto particular y su inescindible condición de Universidad Pública.

La importancia de la Universidad y la ciencia en el devenir político y de la sociedad, puede reflejarse en el hecho que cuando Estados Unidos, atravesó una crisis recientemente, que lo hizo tambalear, Bill Gates, declaró que si bien Estados Unidos, estaba en crisis, una gran mayoría de científicos que existen en el mundo, trabajan en Estados Unidos, de manera que, rápidamente debido a ostentar una tecnología de punta, volverá (en el caso que haya dejado en algún momento de serlo), a ser el gran líder mundial.

Para comenzar a plantear este trabajo, se hace imperioso definir que es esto de Relaciones Públicas. Para ello acudimos a Fernández Escalante¹ quien

¹ Fernández Escalante, Fernando; Ciencia de la Información y Relaciones Públicas o Institucionales; Buenos Aires; Macchi; 1.999.

refiriéndose a lo anterior dice lo siguiente: “constituyen un subsistema, ciencia y arte, por los que cada organización, a través de uno de sus directivos, encauza sus vinculaciones con la comunidad para difundir una imagen verdadera, digna, promocionada y comprensible por los diversos públicos.”

Esta definición de Relaciones Públicas, aplicada a la Universidad, se va a tornar en un concepto trascendente en la Universidad, en cuanto “**encauzar sus vinculaciones con la comunidad**”, es en sí mismo una función de la Universidad, que es necesario fortalecer y que tiene que ver con difundir conocimientos, información y todas las actividades que genera la Universidad, que en definitiva las debe volcar en su contexto social.

Nunca hay que olvidar que la Universidad Pública es sustentada completamente por el Estado, a través de los impuestos que paga la sociedad, de manera que es importante los vínculos que se mantienen con la sociedad y en este marco una Dirección de Relaciones Públicas, debe ayudar a fortalecer esos lazos que mantienen, conservan y estimulan las relaciones.

Por otro lado, las Relaciones Públicas deben difundir la imagen de la Universidad en la sociedad, con sus valores democráticos, de igualdad, de tolerancia, de respeto por lo diferente, promoción del saber mediante la investigación, promoción de la cultura y la formación de profesionales con compromiso social.

La gravitación de la opinión pública cada vez se hace más palpable y por lo tanto más importante, debido en parte, al gran avance de los medios de comunicación, de manera, que cada vez se hace más imperioso orientar las acciones de la Universidad hacia el medio social.

Desarrollo

Para iniciar el análisis de las Relaciones Públicas, hemos de considerar que en la Universidad Nacional de Salta, hay una perspectiva un tanto restringida de las posibilidades que se realizan en este ámbito concreto.

Cuando al inicio de este trabajo planteamos esa inescindible condición de las Relaciones Públicas en el ámbito de nuestra Universidad que es Pública, anticipamos probablemente la trama central de porque no se emprenden acciones que lleven a hacer uso de esas herramientas que son las Relaciones Públicas, de una manera integral.

Bastaría observar como las Universidades Privadas, realizan un fuerte trabajo en torno a sus departamentos de Relaciones Públicas, que si bien es entendible por la dinámica de la cual deben participar en torno al mercado, que sustenta su funcionamiento, las Universidades Públicas deben orientar este departamento a acercar la Universidad a la sociedad, ya no con el interés comercial que emerge de las Universidades Privadas, sino dirigida al bien común de la sociedad de la cual forma parte.

Corresponde señalar que las Relaciones Públicas de cualquier entidad y por ende de la Universidad tienen una división básica en internas y externas.

En el ámbito interno está dirigido a sus propios miembros internos, la cual actúa por informaciones a todos los miembros de la Universidad.

En el ámbito externo son las efectuadas a los diferentes sectores de fuera de la Universidad, o sea en todo la sociedad.

A continuación se plasman acciones que una Dirección de Relaciones Públicas, debe seguir, para acercar la Universidad con el medio:

Pensamos que es importante difundir en la comunidad los valores de la Universidad, de esos significados compartidos que nos distinguen de otras instituciones.

En ese marco se debe trabajar en la confección de eslóganes o frases breves de propaganda institucional, que pueden instalarse en la vía pública o en la misma Universidad. Las Universidades privadas hacen un trabajo en torno a esto.

A tales fines, se deben diseñar carteles para la vía pública, que muestren esa cultura organizacional de la vida universitaria, como la vida democrática, la tolerancia, la educación como transformación de las realidades de las personas, etc.

Se debe fortalecer el proyecto por el cual se transmiten noticias universitarias a través de televisores, que se ubican por ejemplo en confiterías, ampliando el número de pantallas que ofrezcan información de la Universidad. Es a veces llamativo, como quienes compartimos gran tiempo de nuestras vidas en esta Universidad, no conocemos los proyectos que se gestan, los acuerdos que se firman o informaciones que se generan en la Universidad.

Se deben intensificar el envío de partes de prensa hacia los medios, informando la vida universitaria, con texto corto, lenguaje claro, con fecha y hora, que se deben suministrar sistemáticamente a los medios de prensa, con las actividades que la Universidad realiza, investigaciones que se realizan en diferentes áreas, informaciones de interés para la sociedad, de manera de acercar la Universidad en la opinión de la Sociedad.

Sabemos también que no es exacto referirse “al público”, sino a los públicos, cada uno de los cuales tiene modalidades propias, y que hay un lenguaje más adecuado y comprensible para llegar a él. De manera que los partes de prensa deben tratar de adecuar los mensajes a todos los públicos potenciales de la sociedad.

Las relaciones con la prensa ocupan un papel fundamental. Entre otras cosas, incluyen emitir con frecuencia partes de prensa, que difundan la vida universitaria.

Se debe realizar una carpeta de recortes, en soporte virtual de diarios de noticias de nuestra entidad, así como de los principales hechos que puedan afectarlas.

También, un archivo cronológico y por temas de las comunicaciones de relaciones públicas a las agencias publicitarias, a los medios a los superiores, colegas.

En referencia a dirigentes de la sociedad, se debe fortalecer vinculaciones con las asociaciones y consejos profesionales de nuestra provincia que van a enriquecer los lazos con la sociedad.

Otro público que es necesario acercar es el de los egresados, con los cuales se pierde prácticamente el contacto, una vez que los alumnos egresan. Se debe generar una base de datos con sus correos electrónicos. A ellos se les puede ofrecer carreras de postgrado, cursos de actualización, becas e información de actividades que les pueden interesar y que se generan en la Universidad.

Una actividad que es importante promocionar son reportajes, a docentes e investigadores en programas de actualidad, en televisión y radio, que hablen de temas de su competencia y que posicionen a la Universidad en el medio.

Se debe realizar un registro rápido y puesto permanentemente al día de información de autoridades públicas, partidos políticos, dirigentes de la comunidad y entidades estatales y privadas, que se puedan relacionar con la Universidad.

Para plasmar los objetivos de la Institución en el ámbito de las relaciones públicas, se debe realizar una planificación adoptando líneas para guiar los asuntos de la Universidad en este ámbito. Para ello es necesario determinar prioridades. Luego se debe implementar la coordinación y el control que requieren realizarse en conjunto y simultáneamente.

Este control es evaluar e investigar lo sucedido con las campañas realizadas y con los demás acontecimientos, comparándolos con los objetivos propuestos en cuanto a imagen de la organización.

Conclusión

Particularmente, pensamos que pueden implementarse dimensiones nuevas a las Relaciones Públicas en la Universidad Nacional de Salta, claro está, que deben consensuarse con el acuerdo de sus autoridades, que son en última instancia quienes marcan el rumbo de la institución y delimitan la construcción de un destino común.

En fin, la idea es instalar la idea de la Universidad en la conciencia social, lo cual se presenta en ocasiones como rupturas o separaciones propias del imaginario social, que piensa que las Universidades están habitadas por superdotados divorciados de las sociedades a las cuales pertenecen.

Para finalizar, este trabajo, ha intentado marcar una línea de acción con respecto a las Relaciones Públicas, a partir de la necesidad de acercar la

Universidad al medio al cual pertenece, y que es motivo y razón de ser de su existencia.

Bibliografía

Fernandez Escalante, Fernando; Ciencia de la Información y Relaciones Públicas o Institucionales; Buenos Aires; Macchi; 1.999.

Canilli, Claudia; Curso de Relaciones Públicas; Barcelona; De Vecchi; 1.995.

Barquero Cabrero, José Daniel; Barquero Cabrero, Mario; El libro de oro de las Relaciones Públicas; Barcelona; Ediciones Gestión 2.000; 1.996.

Nombre y Apellido: **Aquiles Ernesto Moreira**

E-mail: aquiles_moreira@yahoo.com

Universidad Nacional de Salta

Eje III: **Vida Universitaria**

Palabras claves: **Relaciones Públicas – Universidad Pública – universidad abierta al medio.**

Las Relaciones Públicas en el ámbito del Personal de Apoyo Universitario Resumen

El objetivo del presente trabajo está dirigido a plantear el escenario de las Relaciones Públicas, constituido en dirección, en la Universidad Nacional de Salta, con sus características, su contexto particular y su inescindible condición de Universidad Pública.

El alcance de la investigación esta dado por plantear una concientización de las posibilidades que se presentan en las Relaciones Públicas, en la Universidad Nacional de Salta, lo que puede llevar a implementaciones que permitirán lograr de una manera mas eficiente las misiones y funciones de la Universidad Pública.

La definición de Relaciones Públicas, aplicada a la Universidad, se va a tornar en un concepto trascendente en la Universidad, en cuanto **encauzar sus vinculaciones con la comunidad**, es en sí mismo una función de la Universidad, que es necesario fortalecer y que tiene que ver con difundir conocimientos, información y todas las actividades que genera la Universidad, que en definitiva las debe volcar en su contexto social.

Nunca hay que olvidar que la Universidad Pública es sustentada completamente por el Estado, a través de los impuestos que paga la sociedad, de manera que es importante los vínculos que se mantienen con la sociedad y en este marco una Dirección de Relaciones Públicas, debe ayudar a fortalecer esos lazos que mantienen, conservan y estimulan las relaciones.

Por otro lado, las Relaciones Públicas deben difundir la imagen de la Universidad en la sociedad, con sus valores democráticos, de igualdad, de tolerancia, de respeto por lo diferente, promoción del saber mediante la investigación, promoción de la cultura y la formación de profesionales con compromiso social.

La gravitación de la opinión pública cada vez se hace más palpable y por lo tanto más importante, debido en parte, al gran avance de los medios de comunicación, de manera, que cada vez se hace más imperioso orientar las acciones de la Universidad hacia el medio social.

Cuando al inicio de este trabajo planteamos esa inescindible condición de las Relaciones Públicas en el ámbito de nuestra Universidad que es Pública, anticipamos probablemente la trama central de porque no se emprenden acciones que lleven a hacer uso de esas herramientas que son las Relaciones Públicas, de una manera integral.

Bastaría observar como las Universidades Privadas, realizan un fuerte trabajo en torno a sus departamentos de Relaciones Públicas, que si bien es entendible por la dinámica de la cual deben participar en torno al mercado, que sustenta su funcionamiento, las Universidades Públicas deben orientar este departamento a acercar la Universidad a la sociedad, ya no con el interés comercial que emerge de las Universidades Privadas, sino dirigida al bien común de la sociedad de la cual forma parte.

Como conclusión, pensamos que deben consensuarse políticas con respecto a las Relaciones Públicas en la Universidad Nacional de Salta, que nos lleven a hacer un manejo más eficiente de los recursos con los que cuenta nuestra Universidad y marcar el rumbo de la institución y delimitando la construcción de un destino común.

Para finalizar, este trabajo, ha intentado marcar una línea de acción con respecto a las Relaciones Públicas, a partir de la necesidad de acercar la Universidad al medio al cual pertenece, y que es motivo y razón de ser de su existencia.