Universidad de Cuenca

Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación

Carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social

“Análisis de la Relevancia del Conocimiento de la Lengua Extranjera Inglés, en la Práctica de las Relaciones Públicas en Cuenca”

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Autor:

Tamara Alicia Sarmiento Vásquez

Director:

Fabiola Maytee Zavala Sánchez

ORCID: 0000-0002-0471-6108

Cuenca, Ecuador

2023-08-25

Resumen

El presente estudio analizó la relevancia del conocimiento de la lengua extranjera inglés para la práctica de las Relaciones Públicas en Cuenca. Para ello se planteó como objetivo principal un análisis de la relevancia en el estudio de la lengua por parte de los futuros profesionales de la Comunicación Social y Relaciones Públicas en Cuenca. Para el proceso investigativo en primera instancia se analizaron los fundamentos teóricos sobre la práctica y el estudio de las Relaciones Públicas, así como de sus profesionales, en una segunda instancia se analizó el contexto laboral en el que los profesionales se desarrollarán en referencia a la ciudad de Cuenca y finalmente se revisó el panorama actual del estudio de la lengua extranjera por parte de los profesionales de la Comunicación Social y Relaciones Públicas recurriendo a metodología de investigación de tipo cuantitativa que fue contrastada con las revisiones y conclusiones resultados de los primeros dos pasos. El análisis de los aspectos mencionados se enfocó en otorgar tanto una perspectiva como una dirección en cuanto a la relevancia de la lengua extranjera dentro de lo que se reconoce dentro de las competencias, características y habilidades de un profesional que se desarrollará de forma idónea en el área de la Comunicación Social y Relaciones Públicas con lo cual se percibió un acuerdo común en cuanto a una alta importancia del conocimiento de la lengua extranjera para la obtención de un puesto laboral o de oportunidades de investigación así como la habilidad lingüística como competencia esencial para la formación de una profesional en el área.

Palabras clave: relaciones públicas, lengua extranjera, oportunidades laborales, lingüística.

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Cuenca ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por la propiedad intelectual y los derechos de autor.

Repositorio Institucional: https://dspace.ucuenca.edu.ec/

Abstract

This study analyzed the relevance of the knowledge of the foreign language in the practice of Public Relations in Cuenca. For this, it was determined as the main objective was to carry out an analysis of the relevance of this knowledge within the studies of the future professionals of Social Communication and Public Relations in Cuenca. For the research process in first place the theoretical fundaments were reviewed regarding the practice and study of Public Relations and the professionals of this area, as a second step the context regarding working markets was analyzed in reference to the city of Cuenca in which the professionals will perform and at last the current outlook on the studies of the foreign language by the future professionals of Public Relations was analyzed resorting to a quantitative research methodology that was contrasted with the deductions and conclusions from the first two steps. The analysis of the aspects that were detailed was focused on giving a perspective as much as a direction referring the relevance of the foreign language considering what was recognized into the professional skills, characteristicsand competences of a suitable professional in Social Communication and Public Relations, with which it was perceived an agreement within the high importance of the knowledge of the foreign language to obtain a work position or research opportunities and also of the linguistic ability as an essential skill for the training of a professional in the area.

Keywords: public relations, social communication, linguistic, foreign language, work positions.

The content of this work corresponds to the right of expression of the authors and does not compromise the institutional thinking of the University of Cuenca, nor does it release its responsibility before third parties. The authors assume responsibility for the intellectual property and copyrights.

Institutional Repository: https://dspace.ucuenca.edu.ec/

Índice de Contenidos

Resumen 2

Abstract 3

Índice de Contenidos 4

Índice de Figuras 7

Dedicatoria 8

Agradecimiento 9

Introducción 10

Planteamiento del problema 12

Preguntas de investigación 12

Hipótesis 13

Objetivo general 13

Justificación 14

Capítulo 1: El Relacionista Público 15

1.1 Comunicación 15

1.1.1 Teorías de la Comunicación 17

1.1.2 Comunicación Organizacional 22

1.2 Las Relaciones Públicas 23

1.3 El perfil del Relacionista Público 29

1.3.1 Competencias 31

1.3.2 Características 34

1.4 Principales actividades del Relacionista Público 37

1.4.1 Tareas, actividades y herramientas que utiliza 37

1.4.2 ¿Cómo afectan sus competencias en sus actividades? 39

1.4.3 La Práctica y el ejercicio de las Relaciones Públicas..... 40
1.4.3.1 Gabinetes de Comunicación 41
1.4.3.2 Comunicación para el Desarrollo 41
1.4.3.3 Comunicación Política..... 41
1.4.3.4 Relaciones Públicas Internacionales 42
1.4.3.5 Relaciones Públicas 2.0 43
Capítulo 2: Estudio de las lenguas extranjeras..... 44
2.1 La Globalización y la Educación..... 44
2.2 Panorámica de los principales idiomas estudiados..... 46
2.2.1 En relación al idioma inglés..... 49
2.2.2 Comparativa con otros países hispanohablantes..... 50
2.3 La importancia del aprendizaje del inglés en la profesionalización 50
2.3.1 Pertinencia del idioma inglés en el currículo universitario 51
2.4 Estudio en el Ecuador..... 53
2.4.1 Revisión de suficiencia de la lengua extranjera en las universidades del Ecuador 55
2.5 El Estudio de la Lengua Extranjera en la Comunicación Social y Relaciones Públicas..... 59
2.5.1 Globalización y Relaciones Públicas..... 59
2.5.2 Aspectos en los que tiene mayor relevancia en las Relaciones Públicas 61
Capítulo 3 64
3.1 Metodología 64
3.1.1 Métodos 64
3.1.2 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos..... 65
3.1.2.1 Revisiones Sistemáticas 65
3.1.2.2 Encuestas 65

3.1.3 Muestra 65

3.2 Análisis de Encuestas 66

Capítulo 4: Teorías que aportan al análisis 86

4.1 En las que el idioma es una de las variables principales 86

4.2 En las que el idioma presenta la oportunidad de profundizar su investigación 90

4.3 Puntos en los que se marca su relevancia 91

4.4 Impacto de la lengua extranjera en las Relaciones Públicas Internacionales 92

Conclusiones 94

Recomendaciones 97

Referencias 98

Anexos 104

Indice de Figuras

Figura 1: La lengua extranjera en mallas curriculares de universidades en el Ecuador 53
Figura 2: Comparativa del nivel de suficiencia de la lengua extranjera 54
Figura 3: Comparativa inclusión de la lengua extranjera en la malla curricular..... 55
Figura 4: Puestos a los que aspiran 65
Figura 5: Estudio de la lengua extranjera 66
Figura 6: Tiempo promedio de estudio 66
Figura 7: Lugares principales en los que se realizan los estudios..... 67
Figura 8: Revisión del nivel de inglés por introspección de encuestados 68
Figura 9: Promedio de estudio de otras lenguas extranjeras 69
Figura 10: Revisión de otras lenguas extranjeras 70
Figura 11: Consideración de impacto en desempeño estudiantil por encuestados..... 71
Figura 12: Medición introspectiva del impacto por los encuestados..... 71
Figura 13: Consideraciones conceptuales sobre el impacto..... 72
Figura 14: Consideraciones sobre el impacto en cuanto a lo profesional 73
Figura 15: Inclinación hacia otras lenguas extranjeras..... 74
Figura 16: Consideraciones sobre los impedimentos para comenzar el estudio de otras lenguas extranjeras..... 75
Figura 17: Promedio en cuanto a la pertinencia considerada de la lengua extranjera en la malla curricular..... 76
Figura 18: Estudio de la lengua extranjera 77
Figura 19: Promedio de estudio de otras lenguas extranjeras fuera del inglés..... 78
Figura 20:Consideración promedio de si la lengua extranjera tiene impacto en el desarrollo profesional 78
Figura 21: Inclinación hacia el estudio de otra lengua extranjera..... 79
Figura 22: Consideraciones sobre impedimentos para comenzar el estudio..... 80
Figura 23: Recomendación del estudio a futuros profesionales..... 81

Dedicatoria

A mi madre Katerine por su eterna paciencia y apoyo en todas las etapas de mi vida, y su siempre gentil cariño por el cual he querido superarme. A mi padre Fabián por haber confiado siempre en las decisiones que he tomado dándome la confianza necesaria para poder cumplir las metas que me haya propuesto y a mis hermanos Pedro y Pablo por haberme convertido en la persona que soy.

Agradecimiento

A mi madre por haberme acompañado durante todo el proceso de mi educación. A la Universidad de Cuenca por las oportunidades y experiencias que me brindó durante mis estudios, a los profesores por todos los conocimientos entregados. A mi tutora la Mgt. Fabiola Zavala por su eterna paciencia y apoyo. A mis compañeros y amigos.

Introducción:

El trabajo que se presenta a continuación aborda la temática del conocimiento de la lengua extranjera inglés dentro de la práctica de las relaciones públicas. El tema a tratar es: "Análisis de la Relevancia del Conocimiento de la Lengua Extranjera Inglés, en la Práctica de las Relaciones Públicas en Cuenca". Para ello la investigación se enfoca en determinar la relevancia del conocimiento de la lengua extranjera hacia el uso de recursos personales e institucionales que puedan aportar a la mejora de las competencias del profesional de las Relaciones Públicas.

Cada vez es más perceptible la necesidad de conocer y hablar más de una lengua extranjera. Desde una temprana edad se aconseja la enseñanza del idioma inglés ya que más adelante será de utilidad en la vida profesional tanto como en la personal. En el caso de las Relaciones Públicas y la Comunicación Social es muy común que tanto a estudiantes como a practicantes profesionales de las relaciones públicas se incite al estudio de lenguas extranjeras. Sin embargo, ¿Qué tan útiles o pertinentes son las lenguas extranjeras en la práctica laboral de esta área?

Aprender a hablar una lengua extranjera puede llevar años de estudio, y mientras unos lo consideran un punto más que añadir a su hoja de vida para otros es algo de lo que dependen relaciones estratégicas importantes en su empresa, la diferencia entre saber con confianza lo que dicen documentos importantes, o para brindar un buen servicio. Incluso en un gran número de universidades a nivel mundial, es imperativo para el acceso a estudios de un título superior al de tercer nivel, el estar certificado en el idioma inglés.

Pero, si toma tanto tiempo poder hablar (en un nivel avanzado o de forma fluida) una lengua adicional a la materna, es importante conocer qué tanto impacto tiene en la vida laboral del relacionista público, de esta manera, se puede aconsejar con coherencia a las personas encaminadas en esta profesión, si es o no relevante dominar lenguas extranjeras.

En esta tesis se estudia la relevancia de lenguas extranjeras según la revisión bibliográfica del tema y la revisión del panorama actual en cuanto a opinión de los futuros profesionales de las Relaciones Públicas y aquellos que ya ejercen en esta área.

Dentro de la metodología principal que se utiliza en este estudio se encuentra la de tipo revisión sistemática para analizar a profundidad el tema a través de revisiones bibliográficas, análisis de investigaciones cualitativas y cuantitativas pertinentes realizadas con anterioridad para describir el tema de estudio tanto como para obtener información valiosa dirigida a responder las principales interrogantes de la investigación, completado además por la investigación cuantitativa implementada a través de encuestas. De este modo la investigación secompone de la siguiente manera:

En el primer capítulo se pretende entender el papel del relacionista público como profesional, primero desde una perspectiva amplia sobre los fundamentos teóricos de la Comunicación Social y Relaciones Públicas para después analizar el perfil ideal que deberá tener un relacionista público para optimizar su práctica profesional, y así mismo analizar, desde su perfil, las aptitudes en las cuales influye el aspecto lingüístico mismo que será complementado por el estudio de la lengua extranjera.

En el segundo capítulo se conceptualiza el estudio de las lenguas extranjeras, con énfasis en el idioma inglés, desde el contexto ecuatoriano, para poder comprender como se posiciona este estudio en una comparación mundial, así como desde el interés de las Relaciones Públicas sintetizando estadísticas que demuestran el conocimiento de la lengua como uno de gran importancia para profesionales relacionados a la alta gerencia así como profesionales de las Ciencias Sociales y Comunicación Social.

En el tercer capítulo se revisan y analizan las encuestas realizadas dentro de la aplicación de la investigación para reflejar los resultados y hallazgos que estas arrojaron sobre el interés,

inversión de recursos económicos y de tiempo así como motivacionales en cuanto al estudio de la lengua extranjera, a su vez analizando conceptos considerados por los estudiantes en cuanto al impacto que la lengua extranjera podría tener en su desarrollo profesional siendo entre los más recurrentes la obtención de un empleo a causa de ofertas laborales, mayor facilidad de investigación y la lengua extranjera como herramienta para formar relaciones sociales provechosas en el ámbito laboral.

Este estudio finalmente se conduce al capítulo cuatro, en el que se postula la relación entre el idioma inglés con las Relaciones Públicas, su relevancia, análisis desde el presente contexto y finalmente su importancia a través de las conclusiones y hallazgos resultantes del análisis bibliográfico y la aplicación de las herramientas de investigación.

Planteamiento del Problema de Investigación

El problema que el presente estudio pretende resolver es el del direccionamiento de esfuerzo, tiempo y dinero sin bases o datos que los justifiquen en cuanto a lenguas extranjeras y la práctica profesional del relacionista público.

Preguntas de Investigación

- ¿Es importante conocer lenguas extranjeras para desarrollarse como un profesional de las Relaciones Públicas en Cuenca?
- ¿Cómo afecta el conocimiento o en su defecto la falta de conocimiento de lenguas extranjeras en el éxito profesional de un relacionista público?
- ¿Se ha vuelto obsoleto el estudio de lenguas extranjeras a causa de nuevas tecnologías?
- ¿Cómo influye en el área de desempeño del relacionista público, su estudio de lenguas extranjeras?

Hipótesis

Se determina la hipótesis de la siguiente manera: El conocimiento de la lengua extranjera inglés presentará al profesional de las Relaciones Públicas con mayores oportunidades laborales directamente relacionado con el ejercicio de su profesión tanto como para la investigación y mejora académica de sus habilidades.

Objetivo General:

- Determinar la importancia de idiomas extranjeros en la práctica del relacionista público.

Específicos:

- Identificar las tareas en las que el relacionista público necesita el conocimiento de idiomas extranjeros.
- Analizar la importancia del relacionista público en las Relaciones Internacionales de organizaciones ecuatorianas.
- Establecer las diferencias comparativas entre un profesional en esta área con conocimiento de otros idiomas y uno que no las cuenta.

Justificación

Para justificar la pertinencia de la presente investigación, se consideran a los siguientes puntos:

El aporte de la investigación en la Comunicación y Relaciones Públicas es el demostrar un conjunto de beneficios que afectarán a las Relaciones Públicas y Comunicación al facilitar su estudio y direccionar sus esfuerzos correctamente.

Al utilizar un acercamiento a una perspectiva práctica, que enfoca la utilidad para un individuo, grupo o comunidad podemos declarar que la presente propuesta de investigación

pretende brindar beneficios al grupo de futuros profesionales en las Relaciones Públicas evitando esfuerzos innecesarios o justificando los mismos al responder a la pregunta: ¿Qué tan relevante es el estudio de lenguas extranjeras para la práctica profesional de las Relaciones Públicas? Al responder esta pregunta se pretenden disipar las dudas de la comunidad de relacionistas públicos, o futuros relacionistas públicos y así poder direccionar sus estudios y mejorar el área de la comunicación al contribuir a la formación profesional idónea dentro del contexto delimitado previamente.

En la ciudad de Cuenca, tras una revisión previa, se ha determinado que el tema que pretende estudiar la presente investigación es muy delimitado en cuanto a revisión bibliográfica, por lo que el desarrollo de la misma pondrá a disposición de la comunidad, datos y conocimiento valioso con utilidad práctica, por otro lado dará paso al diálogo, lo que podrá resultar en la investigación a profundidad del tema, desde diferentes ángulos o contextos al utilizar lo que se presenta como base para su estudio.

Durante la formación universitaria en la Comunicación y Relaciones Públicas se reciben constantemente comentarios sobre la utilidad de estudiar lenguas extranjeras en el desarrollo profesional. Estos comentarios o afirmaciones difícilmente se basan en datos o estadísticas que los soporten, sin embargo, un gran porcentaje de estudiantes dedican periodos extendidos y considerables a estudiar lenguas extranjeras como inglés, francés, mandarín, alemán u otras. Esta inversión de tiempo, dinero y esfuerzo puede o no ser relevante en su éxito profesional, para poder confirmarlo se decide realizar esta investigación y brindar así una verificación que informe a futuros profesionales de la comunicación sobre el formarse en estas áreas conociendolos posibles resultados que dicha formación tendrá en la práctica profesional.

Capítulo 1

El Relacionista Público

En el presente apartado se procedió a revisar el perfil del Relacionista Público, mismo que partió desde una revisión teórica que nos brindó un punto de referencia sobre la delimitaciónde las Relaciones Públicas y la Comunicación social para analizar la práctica del profesional, las tareas que se considera deberá realizar así como las características, habilidades o incluso aspectos de la personalidad usualmente asociados a este profesional, así mismo, se considera de qué forma podrán verse impactados por el estudio de la lengua extranjera.

Para profundizar sobre el área de las Relaciones Públicas se comenzó desde el paraguas bajo el que se encuentra, es decir, la Comunicación.

1.1 Comunicación:

La comunicación se considera como el intercambio de mensajes entre dos partes, a lo largo de los años, según la ciencia y la investigación social avanza, la materia delimita nuevos aspectos que rodean a esta acción y que tienen impacto directo sobre su objetivo, el contexto en el que se genera el mensaje, el código común que se utilice para su correcta comprensión, los aspectos del individuo o grupo que recibirá el mensaje, entre otros, establecen que el proceso comunicativo implica mucho más que sus componentes principales.

Se revisó en primera instancia una delimitación general que postula Thompson en la que define el proceso de la comunicación a través de las instituciones de los medios como “la producción institucionalizada y difusión generalizada de bienes simbólicos a través de la fijación y transmisión de información o contenido simbólico” (Thompson, 1998) Es decir, la consideración de la Comunicación, no como la acción de entregar un mensaje si no como la materia que pretende dar objetivo a esta acción como resultado de su estudio.

Los modelos tradicionales establecían que los componentes del proceso comunicativo son: un emisor, un mensaje, un canal o medio, un receptor y la respuesta de este último al contenido recibido, la retroalimentación. Su aplicabilidad a los procesos comunicativos favoreció su rápida adopción por la academia, dando lugar al análisis de cada uno de los componentes e incluyendo otros diferentes a ser considerados dentro del mismo modelo.

En este sentido cabe rescatar algunas consideraciones generales sobre estos componentes. Como emisor conocemos a la fuente de la comunicación, transmisor, codificador, comunicador, la persona o grupo que elabora y envía el mensaje, así como la habilidad intrínseca que deberá tener para que le permita codificar el mensaje de forma que pueda entenderse por su receptor y tenga el objeto deseado con su envío. Es así que esta será también una de las principales habilidades asociadas al profesional en la comunicación social tal como se revisa más adelante.

En cuanto al mensaje, cabe destacar que por lo general para comunicarlo se utiliza como código el lenguaje, el cual consiste en un sistema de símbolos arbitrarios, se definen de esta forma ya que entre las palabras y el concepto que representan no hay una relación intrínseca, y es un sistema porque cada una de sus partes solo adquieren valor dentro del total del que forman parte, es decir, dentro de la estructura del resto del mensaje y el contexto en el que se utiliza, adicional, se recalca que para que el proceso de comunicación tenga éxito, es preciso que el código sea susceptible de ser interpretado de forma eficaz, en este sentido se considera que al elaborar un mensaje se deberán considerar las circunstancias del receptor, a través de la revisión de modelos como “La interacción social a través de mensajes” (Gerbner, 1972) o el modelo de Maletzke sobre comunicación colectiva, y otros que incluyen otras variables dentro del modelo de la comunicación entre las que se encuentran las audiencias activas o el contexto social, cultural y político de los contenidos.

En la actualidad se entiende que el estudio de la comunicación mediática requiere que se definan las características propias de los elementos que la constituyen, las funciones que cumplen, las relaciones que se establecen entre ellos y, por último, cómo afectan y son afectados por el contexto social.

Es así que, dentro de comunidades u organizaciones, se presentan todos estos factores considerados dentro del proceso comunicativo, en la cual uno de los factores más importantes serán las redes de comunicación que establezcan los grupos dentro de las mismas según lo cual se pautan significados y mensajes, lo cual da la importancia al estudio y fundamentos de las teorías de la comunicación.

1.1.1 Teorías de la Comunicación

Para profundizar en el estudio de las Relaciones Públicas, según lo cual se delimita el perfil de su profesional, se realizó una revisión de las teorías de la comunicación. Donde se entendió por teoría “Un grupo de leyes o principios generales interrelacionados entre sí que versan sobre algún aspecto de la realidad. La función de la teoría es explicar, predecir y describir relaciones sistémicas entre los hechos.” (Tan, 1985)

En los comienzos de la teorización de la comunicación, tal como se describió previamente, se encuentra la representación del modelo de la transmisión de información y másrecientemente el “paradigma emisor-mensaje-receptor” (Denzin, 1992) o la investigación centrada en el mensaje (Krippendorf, 1993) la cual se caracteriza por entender el proceso de comunicación en la que el mensaje recibido es igual al mensaje enviado y este mensaje será la variable que produzca un efecto en el receptor o audiencia. Al ser la base de la que surgirán muchas otras teorías o de la que partirán investigaciones se ha asociado con esta al Pragmatismo y la Escuela de Chicago (Interaccionismo Simbólico) como a la Escuela de Frankfurt. Denzin afirmó en relación a estas dos escuelas que se trata de “modelos en los cuales

los efectos se producen unilateralmente sin tener en cuenta los condicionantes culturales de la audiencia sobre la que actúan los medios" (1992).

A continuación, se realizó una revisión breve de las teorías, escuelas y autores más reconocidos las cuales estudian paradigmas tales como: la transmisión de información, la audiencia activa, la comunicación de masas o cultura mediática, entre otros. Con el objetivo de delimitar los fundamentos teóricos utilizados por el profesional de las Relaciones Públicas únicamente como punto de partida para analizar la interrogante principal en cuanto al uso del lenguaje en ellas en capítulos posteriores.

Se comenzó con una revisión de la Teoría de Sociedad de Masas de McQuail la cual según el propio autor:

"Refleja la preocupación por la pérdida de la "esfera pública", como espacio de debate democrático y político superado por los efectos del mercado y la tecnología. Supone también, de manera paradójica, una sociedad atomizada pero vigilada de manera centralizada a través del "control remoto" de los medios de comunicación." (McQuail, 2005, p. 94)

El Interacccionismo simbólico de la Escuela de Chicago. Herbert Blumer (1969) lo presenta en tres premisas.

- Las personas actúan en relación a las cosas a partir del significado que las cosas tienen para ellos.
- El contenido de las cosas se define a partir de la interacción social que el individuo tiene con sus conciudadanos.
- El contenido es trabajado y modificado a través de un proceso de traducción y evaluación que el individuo usa cuando trabaja las cosas con las que se encuentra.

Es importante recalcar que el interaccionismo simbólico plantea principalmente que la gente crea significados compartidos a través de su interacción y estos significados devienen su

realidad, nuevamente refiriéndose al acuerdo en cuanto a la lengua definiendo sus significados según el contexto y cultura en la que se presenta.

En la Teoría Crítica de La Escuela de Frankfurt, representada por autores como Horkheimer, Habermas, Adorno, Marcuse, y otros, se postula que los medios de comunicación de masas son instrumentos a servicio de la clase dominante contribuyendo a la estructura social de clases.

Otra de las teorías o modelos que se revisó es el Modelo Hipodérmico establecido en sus inicios gracias a Lasswell pero posteriormente siendo establecido por Katz y Lazarsfeld (1995), teniendo sus bases en la Teoría de la Bala Mágica referente a la capacidad de persuasión de los medios cuando un determinado mensaje tenía el resultado deseado, evolucionaría a la Teoría de la Aguja Hipodérmica, D'Adamo, García Beaudoux y Freidenber señalan que "la analogía, tanto con la aguja hipodérmica como con la bala, sirve para ilustrar de manera gráfica el efecto directo y rápido que se postulaba que los mensajes proyectados a la audiencia producían" (2007).

La Teoría del Cultivo de Gerbner y Gross (1973) se enfoca en la influencia de la televisión en las actitudes y comportamientos del público estadounidense, se centra no en los efectos a corto-medio plazo si no en las del análisis de la influencia acumulativa de la televisión (efecto cultivo), sosteniendo que en los últimos años del siglo XX la televisión pasa a convertirse en la fuente común de la mayor parte de las imágenes y mensajes socialmente compartidos.

Esta última teoría dio paso a la revisión de uno de los puntos principales en el que el presente estudio se enfocó, considerando que la teoría evoluciona desde la influencia de la televisión a la influencia de las redes sociales en cuanto a la fuente de mensajes socialmente compartidos.

La Teoría de Usos y Gratificaciones: elaborada por Blumler, Katz y Gurevitch (1974) está centrada en la audiencia, entiende los medios de comunicación como una herramienta para

satisfacer necesidades relacionadas con la interacción social. McQuail y Windahl la explican de la forma siguiente:

> "Están interesadas en los orígenes sociales y psicológicos de las necesidades, las cuales generan expectativas de los medios de difusión u otras fuentes que llevan a pautas diferenciadas de exposición a los medios, dando lugar a la gratificación de la necesidad y otras consecuencias, la mayor parte de ellas no pretendidas." McQuail y Windahl (1997)

De acuerdo a estas necesidades destacamos que: "Entre algunas de las funciones sociales que podría cumplir los medios de comunicación se pueden mencionar las siguientes: guía personal, adaptación o ajuste, información, relajación y entretenimiento, formación de identidad." (McQuail, 2000)

La Teoría de la Espiral del Silencio de Noelle-Neumann (1974) sostiene que los individuos al calibrar el "clima de opinión" de un determinado momento, tenderán a exteriorizar sus opiniones si consideran estas compatibles con la opinión socialmente mayoritaria. Mientras que, al contrario, no expresarán su parecer si suponen que sus argumentos son incompatibles con losdel grupo mayoritario. Noelle-Neumann postula esto en varias ocasiones basándose en el factor del aislamiento y el miedo a este como la variable que dirigirá a los individuos a formar parte delgrupo tanto como de la opinión comúnmente aceptada.

La Teoría de la Agenda *Setting* de McCombs y Shaw (1972) se basa en la idea de Cohen (1963) sobre la importancia de los medios de comunicación y su direccionamiento hacia los temas en los que se debe invertir tiempo y recursos. En este sentido se refieren los autores al conocimiento público sobre fenómenos sociales teniendo como fuente principal de información los medios de comunicación los cuales establecerían de este modo la lista de temas relevantes condicionando al público a las limitaciones que presente esta lista.

La Teoría del *Priming* de Iyengar y Kinder (1987) toma la anterior e implementa como postulado principal ciertos elementos de la agenda impuesta por los medios de comunicación indicando que no solamente implementan los temas de interés, sino que también influyen en la capacidad de evaluar las informaciones mediante la activación de cogniciones y sentimientos semánticamente relacionados a los estímulos presentados. (Collins y Loftus, 1975) los autores principales concluyen que los medios de comunicación influyen en el modo de juzgar la información por el público. Esta estando directamente relacionada con la Teoría del *Framing* de Entman (1993); Scheufele (1999); Tankard (2001) que postula sobre la importancia de los medios de comunicación a la hora de definir y establecer el marco de referencia desde el cual los acontecimientos serán evaluados. (Alvarez-Galvez 2009)

El Estructuralismo considerado como un enfoque metodológico para el estudio de ciencias sociales, interesado en estudiar las interrelaciones (estructuras) a través de las cuales se produce un significado dentro de una cultura. “De acuerdo al estructuralismo dentro de una cultura el significado es producido y reproducido a través de varias prácticas, fenómenos y actividades que sirven como sistemas de significación.” Rojas (2008)

La Mediatización de la Cultura de Jhon B, Thompson (1990) en la cual el autor sostiene que:

> “La comunicación de masas es ciertamente una cuestión de tecnología y de poderosos mecanismos de producción y transmisión; pero también es una cuestión de formas simbólicas, de expresiones significativas de diversos tipos, que son producidas, transmitidas y recibidas por conducto de las tecnologías desplegadas por las industrias de los medios. De este modo, el surgimiento y el desarrollo de la comunicación de masas pueden considerarse como una transformación fundamental y continua de las maneras en que se producen y circulan las formas simbólicas en las sociedades modernas.”

Estudio de la cultura mediática de Douglas Kellner (2011) quien señala que la cultura mediática se ha vuelto en una fuerza dominante de socialización, con imágenes y celebridades mediáticas que reemplazan a la familia, la escuela y la iglesia como árbitros del gusto, valor y pensamiento, produciendo nuevos modelos de identificación e imágenes vibrantes de estilo, moda y comportamiento.

Teoría de la Acción Comunicativa de Jurgen Habermas (1987) en la cual el autor aborda la teoría de la acción y su fundamento racional, a partir de tres pretensiones fundamentales: desarrollar un concepto de racionalidad más allá de los postulados subjetivistas e individualistas de la filosofía y teoría social moderna, elaborar una nueva concepción de la sociedad en dos niveles integrando los paradigmas de sistemas y mundo de la vida, y por último, desarrollar una teoría crítica de la modernidad buscando las respuestas necesarias para retomar su proyecto original.

Se omitieron algunas otras teorías que surgen del estudio o de ideas ya mencionadas, como el post estructuralismo, los estudios culturales, otras miradas y análisis contrarios a teorías como el interaccionismo simbólico o simplemente críticas a las escuelas; únicamente ya que esta profundización se deberá tratar a través del análisis completo de cada una de las teorías ya mencionadas.

A continuación, se detalló una introducción en cuanto a la Comunicación Organizacional al considerarlo uno de los principales puntos de referencia y actuación de las Relaciones Públicas.

1.1.2 Comunicación Organizacional:

De igual forma que en cualquier otro contexto la comunicación, como papel esencial dentro de una organización, tiene como objetivo principal el poder transmitir un mensaje a sus públicos, sin embargo, tal como se revisó en el apartado anterior, el resto de variables afectan

tanto la comprensión de este mensaje como el impacto que tenga en el receptor, es en este sentido que una de las variables más importantes dentro de la comunicación organizacional será la cultura organizacional que envuelva el contexto del mensaje.

Se considera a la cultura como un conjunto de significados compartidos, así como patrones, valores y estructuras compartidos entre los miembros de un grupo, considerando adicionalmente que es desde que el ser humano se une con otros que se habla de una organización y por lo tanto de la cultura de la misma.

En la actualidad una organización se considera un proceso enfocado a lograr un fin a través de la planificación. En los estudios de la comunicación existen numerosas escuelas e investigadores dedicados a profundizar en teorías acerca del comportamiento organizacional, estas centradas en el beneficio mutuo, tanto de la empresa como de las personas que lo constituyen, así como en el estudio de sus relaciones para comprender la influencia del uno sobre el otro y en el impacto de sus acciones.

1.2 Las Relaciones Públicas

Después de la introducción sobre la Comunicación y sus fundamentos teóricos, se distinguió desde diferentes perspectivas el papel de las Relaciones Públicas en una organización y por lo tanto de su profesional.

Se introdujo este segmento resaltando que como disciplina las Relaciones Públicas comienzan con primeras teorizaciones realizadas por Edward Bernays al escribir un primer libro sobre teorizaciones de la profesión: Crystallizing Public Opinion, en 1923, en el cual conceptualizó, las funciones y campo de acción del profesional en la disciplina, los públicos y técnicas. Seguido décadas más tarde por Scott Cutlip y Allen Center quienes publican en 1952 Effective Public Relations una de las obras más referenciadas en cuanto a aprendizaje sobre la

práctica de la profesión, obra que más adelante sería reformulada junto a Broom bajo el mismo nombre en una segunda edición en el año 2000.

Es crucial destacar en primera instancia la siguiente definición general de las Relaciones Públicas como:

> "Función gerencial que ayuda a establecer y mantener líneas de comunicación, entendimiento, aceptación y cooperación entre la organización y sus públicos; mantiene informada a la gerencia de la opinión pública, define la responsabilidad de la gerencia para servir a los públicos, anticipa momentos de crisis y usa la investigación y la comunicación ética como sus herramientas". (Seitel, 2001 p. 9)

Con comienzos como un área en la que el profesional comenzó a desempeñarse sin una gran fundamentación teórica de fondo, las Relaciones Públicas evolucionaron a medida que su entorno requería de su actuación profesional. De acuerdo a Antonio Castillo:

> "La investigación en Relaciones Públicas que ha llevado a la formulación de teorías se ha venido realizando, especialmente en la primera etapa, mediante estudios realizados al socaire de la mejora profesional (investigación aplicada) para progresar en las conductas y estrategias profesionales, dejando al margen la investigación básica" (Castillo, 2010)

Este mismo autor añade además que: "Las relaciones públicas han de profundizar en su labor desde dos perspectivas, la investigación práctica sobre la actividad profesional y la investigación básica que conlleva la realización de teorías." (Castillo, 2010)

Es en este punto que se verificó la importancia de poder implementar la investigación por parte de todos los profesionales de las relaciones públicas, al ser un área inmadura, con poco tiempo de desarrollo, presenta una gran oportunidad de profundizar en todos los temas que a ella conciernen, los profesionales de las relaciones públicas por lo tanto estarán en la obligaciónde profundizar en todos los temas, teorías, y ciencia trascendental para la materia tanto de la

Comunicación como de las Relaciones Públicas. Es a partir de este postulado que se presentó en esta investigación la oportunidad de inmiscuirse con mayor cantidad de oportunidades en la revisión de documentos que puedan beneficiar a la investigación si se tiene acceso no únicamente a las investigaciones realizadas por hablantes del mismo idioma si no a aquellas que se hayan realizado en otro idioma, no tengan la traducción correcta o no presenten una interpretación accesible.

Se profundizó la delimitación principal de la profesión con las teorizaciones sobre las Relaciones Públicas de Edward Bernays, para quien “las Relaciones Públicas son un campo de actividad que tiene que ver con la interacción entre un grupo, un individuo, una idea u otra unidad, con los públicos de los que depende.” (Bernays, 1990)

Bernays (1990) postula que las funciones que deben desempeñar las relaciones públicas son:

- Definir los objetivos comunes entre organización y sus públicos.
- Asesorar como experto sobre las relaciones con esos públicos y que sean satisfactorias para las dos partes.
- Intentar descubrir, por medio de la investigación, qué ajustes o desajustes hay entre la organización y sus públicos.

Nuevamente a partir de lo postulado se verificó la necesidad tanto como recomendación de la investigación como una de las funciones más importantes que deben realizar los profesionales de las relaciones públicas tanto para la mejora académica como en su práctica, en este sentido Barquero (2008), plantea que “La formación en Relaciones Públicas es una necesidad que se origina en las organizaciones públicas y privadas, y la sociedad actual demanda hoy más profesionales en esta área que en otra época, pues se vive en la sociedad del conocimiento y de la comunicación.” Por lo que será según las necesidades que presenten las

organizaciones y la sociedad que se podrá profundizar en la investigación para la mejora de esta formación.

Por otro lado, Cutlip, Center y Broom han reformulado a las Relaciones Públicas como "una función directiva que establece y mantiene relaciones mutuamente satisfactorias entre una organización y sus públicos de las que depende su éxito o fracaso" (Cutlip, Center y Broom; 2001); resaltan entre las funciones de las relaciones públicas (2001), las siguientes:

- La necesidad de interconectar a las relaciones públicas con sus públicos.
- La necesidad de establecer parámetros de actuación social en aras a la propia responsabilidad social de las organizaciones, como finalidad de retornar a la propia sociedad lo que de ella se ha conseguido.
- Coadyuva a que las organizaciones prevean la existencia de problemas y conflictos potenciales, introduciendo el concepto de issues management, también conocido como gestión de crisis.
- Una finalidad de sensibilización sobre diferentes temáticas sociales para solucionar problemáticas colectivas o plantear cuestiones que pueden pasar a ser motivo de debate público.

James Grunig y Hunt (p. 50, 2000), recogen tres puntos positivos de las relaciones públicas que podrán complementar las consideraciones ya descritas por autores anteriores:

1. Las relaciones públicas han hecho que las organizaciones sean más sensibles a sus públicos al canalizar el feedback de los públicos hacia la dirección.
2. Los profesionales sirven al interés público proporcionando una voz clara e inteligible a cada idea, individuo o institución en el foro público.

3. Los profesionales aumentan el conocimiento del público proporcionando información a través de los medios de comunicación, que los mismos medios no tienen ni el potencial humano ni el presupuestario necesario para suministrar.

Para concluir, Edward Bernays ha catalogado a los profesionales de las relaciones públicas como “científicos sociales”, partiendo de este término y de las funciones ya revisadas que los principales precursores de las relaciones públicas han postulado, se profundizó en cuanto al perfil del relacionista público.

1.3 El perfil del relacionista público.

A partir de la revisión de las principales funciones de las Relaciones Públicas se profundizó en diferentes puntos de vista sobre el perfil profesional que se han postulado por diferentes autores.

Un adecuado perfil profesional, indica Vargas (2009), permite tener una visión integral de un profesional, implica conocer no sólo sus funciones sino también las habilidades, conocimientos, valores y actitudes que deben de regir su labor. Señala que:

> “El perfil del relacionista público en el desempeño de sus funciones, será fácil custodio de los intereses de la organización a la cual sirve, ya en forma directa o indirecta, garantizando en su labor una celosa reserva en toda la información a la que tiene acceso y un cuidadoso criterio en la disposición de los elementos que pueda aportar ese conocimiento.”

De acuerdo con Cutlip, Center y Broom (p. 73-81, 2001) los roles que adoptan los profesionales de las Relaciones Públicas han sido catalogados en cuatro tipos:

1. Técnico en comunicación, cuya función consiste en escribir y redactar cartas a los empleados, comunicados de prensa y crónicas, desarrollar el contenido de las páginas web y tratar con las personas de contacto en los medios de comunicación.
2. Prescriptor experto, quien define los problemas, desarrolla los programas y se responsabiliza de su concreción.
3. Mediador de comunicación, que sirve como enlace entre una organización y sus públicos y cuya función es la de realizar una comunicación bidireccional, al facilitar el intercambio y el entendimiento mutuo, eliminar barreras a la comunicación y mantener abiertos los canales de comunicación.
4. Mediador en la resolución de problemas, cuya labor consiste en colaborar con otros directivos para definir y planificar las actuaciones organizativas, convirtiéndose así en miembro que participa activamente en la planificación y dirección estratégica.

Por otro lado, para James Grunig,(2000) “el papel de las relaciones públicas y sus profesionales es el de ser los directores de la comunicación entre una organización y sus públicos…” y para ello, desarrollan diferentes funciones:

- Dirigen, planifican y ejecutan la comunicación para la organización como un todo.
- Gestionan el discurrir de los mensajes dentro de la organización a través de los diversos métodos de investigación para, a partir de ahí, elaborar las estrategias comunicativas más adecuadas.
- Gestionan la circulación de un mensaje fuera de la organización cuando ayudan a la dirección a decidir la forma de explicar una política o una acción al público y luego intentan acceder a los medios de comunicación para explicar la actividad.

Y a su vez, Grunig (2000) establece cuatro tipos de actuación de las relaciones públicas, cuatro modelos:

- Agentes de prensa / Publicity: En el cual las relaciones públicas únicamente propagan información hacia los públicos y principalmente hacia los medios de comunicación.
- Información pública: La intención de la organización es la de difundir la información sin ningún atisbo de persuasión, ya que lo único que se pretende es realizar una función periodística al suministrar información de la organización.
- Doble flujo asimétrico: Los practicantes de este modelo recurren a la teoría de las ciencias sociales e investigan las pautas de comportamiento, valores y actitudes de los públicos con la pretensión de persuadirlos para que hagan suyos los postulados organizativos y los asuman como propios.
- Doble flujo simétrico: Las relaciones públicas tienen como función servir de mediadores entre las organizaciones y los públicos, buscando una comprensión mutua entre ambos. Los profesionales utilizan para su función teorías de la comunicación, conjuntamente con teorías y métodos de las ciencias sociales, dejando de lado instrumentos de comunicación persuasiva.

Es importante resaltar que en la actualidad únicamente el último de estos modelos es considerado adecuado para la práctica de las relaciones públicas considerando todos los factores que se deberían incluir dentro de la comunicación como el enlace que permita la correcta comprensión de un mensaje tanto por emisor como receptor, sin incidir en recursos no considerados correctos como la mal información, manipulación de la información, rumores, entre otros.

1.3.1 Competencias

Para la formación de un perfil profesional idóneo, se sopesan como competencias a las habilidades específicas, desarrolladas a través del estudio académico, que corresponden al relacionista público.

Otero (2009) detalló que “el relacionista público debe conocer a la perfección las técnicas más avanzadas de comunicación verbal, ya que se puede valer de ellas como instrumentos imprescindibles para conseguir sus objetivos relacionales.” Es en esta comunicación verbal que se verificó, y de acuerdo al modelo más simple de la comunicación que, dentro del código, uno de los factores imprescindibles será la comprensión, esto determinado por el uso de un código en común, que en la mayoría de casos será el idioma.

Mancusi (2015) a su vez detalló una serie de actividades que delimitan al graduado en Relaciones Públicas en referencia a resoluciones de gobierno. A continuación, las mismas:

1. Estructurar, proyectar y evaluar la imagen institucional de personas y de organizaciones de existencia real o ideal.
2. Organizar, implementar y evaluar acciones tendientes a optimizar las relaciones de la Organización con sus públicos, internos y externos.
3. Programar, coordinar, ejecutar y controlar acciones referidas al Ceremonial y Protocolo y a la Organización de eventos culturales y sociales.
4. Programar, implementar y evaluar campañas de propaganda y/ publicidad en relación con la comunicación de la imagen institucional de personas y Organizaciones de existencia real o ideal.
5. Asesorar sobre políticas de comunicación de la imagen institucional de personas y de organizaciones de existencia real o ideal.
6. Realizar estudios e investigaciones referidos a la relación entre la Organización y sus públicos y la imagen institucional de personas y Organizaciones de existencia real o ideal.
7. Participar en la programación y coordinación de acciones destinadas a la prestación de servicios de cooperación social que realice la Organización.

8. Realizar estudios e investigaciones acerca de la estructuración y evolución de la opinión pública en general y de los públicos en particular en relación con la imagen institucional de personas y Organizaciones de existencia real o ideal.
9. Realizar arbitrajes y peritajes referidos a la imagen institucional de personas y Organizaciones de existencia real o ideal.

Sin embargo, Mancusi señala que en estas delimitaciones “no se tuvo en cuenta: internet, el medio ambiente, la globalización y los asuntos públicos como aquellas actividades que resultan más destacadas dentro de lo que hace a la profesión en la actualidad.” Por lo que se detectó una vez más la necesidad de la actualización de estas consideraciones, tanto en habilidades como en teorías con las variables que presenta Mancusi como factor principal de cambio o desarrollo de estos puntos.

Se refirió también a la definición de tareas que se deberán desempeñar por el profesional de las relaciones públicas según, V. Barrezueta Pico (p.2 2011)

- Administrar la comunicación interna y externa para crear un clima de eficiencia y una imagen favorable.
- Manejar el liderazgo de la comunicación en las organizaciones, con profesionalismo y sentido ético.
- Dominio cultural, legal administrativo y de relaciones, orientando en la búsqueda de soluciones frente a los conflictos sociales.
- Manejo eficiente de la redacción de géneros periodísticos, fomentando y fortaleciendo una cultura de paz y respeto a los derechos de la naturaleza.
- Investigación de la opinión pública.

Es importante destacar que de acuerdo al último postulado por Mancusi por el cual se reiteró la posible necesidad de una actualización en el perfil según el cual los factores señalados

por este autor pueden afectar a las competencias que necesita el profesional para poder desarrollar las mismas tareas que han detallado previamente otros autores, al considerar nuevos factores se verá afectada la eficacia de estas tareas al estar incompletas sin todo el conocimiento necesario para desempeñarlas satisfactoriamente.

1.3.2 Características

Se diferenciaron las características de un profesional de las Relaciones Públicas con las competencias en su perfil a partir de los aspectos superficiales que se consideran dentro de lo que podría ser la personalidad generalmente asociada a la del profesional, como punto de referencia se tomaron los postulados de los siguientes autores:

Para Vargas (2008) las características de un relacionista público son: creatividad, liderazgo, facilidad para transmitir ideas, capacidad de plasmar ideas por escrito, trabajo en equipo, iniciativa, actitud positiva, disposición a pedir ayuda, tolerancia, visión a futuro y flexibilidad, entre otros.

Por otro lado, A. Barrero y J. Palacios (2015) postulan que el comunicador debe estar en capacidad de:

- Interpretar el entorno y tener la capacidad de formular ejes estratégicos que marquen el rumbo de acciones y planes eficaces para el beneficio y desarrollo de la organización.
- Ser hábil a la hora de identificar factores de integración que influyan en la organización y mejoren el clima organizacional.
- Estar en capacidad de gestionar las experiencias y las percepciones de las personas involucradas en la organización para mejorar la actitud y disposición de estas.
- Ser, pensar y actuar como líder, promover cambios.
- Contar con la habilidad de desarrollar la imagen pública y una buena reputación de la organización en situaciones desfavorables o de cambio.

Joan Costa propone un comunicador en su perspectiva de “estratega”, que comunique a partir de criterios éticos, criterios de responsabilidad social, de compromiso con la sociedad, tanto como desde los intereses de la organización. Costa postula que este profesional debe desarrollar habilidades de dirección y liderazgo. Todas estas cualidades son requeridas para la gestión de las comunicaciones globales y para potenciar los intangibles en las empresas, las instituciones y las organizaciones contemporáneas (Costa, 2009b)

Añade también en cuanto a las cualidades del profesional que este:

> “… debe contar con habilidades estratégicas, saber del nuevo escenario institucional y social de la economía de la información, ser empático y constructor de relaciones, lo cual le permitirá llevar con impulso y éxito las diferentes acciones que permitan a la organización alcanzar de manera más efectiva sus objetivos.” (Costa, 2009b).

Por otro lado Manucci (2004) resalta no solo la estrategia como parte de la comunicación y de las habilidades del profesional en Relaciones Públicas si no también la creatividad que necesitará implementar la planificación de sus estrategias con el resultado deseado a través de su planteamiento: “El comunicador no solo debe ser estratega, sino creador de realidades, planificador, intuitivo y dinámico para poder llevar a cabo un modelo estratégico que integre la planificación, la emoción y la acción.”

Al profundizar en el aspecto indicado anteriormente en cuanto al saber del nuevo escenario institucional y social de la economía de la información, se dedujo la importancia tanto de la actualización de las herramientas como de la comprensión del contexto en el que el profesional brindará sus servicios, tan importante como es comprender a la organización, empresa o institución en la que el profesional se encuentre es comprender el contexto en el que la misma se desarrolla, esto únicamente será posible con todas las herramientas necesarias, entre estas la del lenguaje tanto el común que utilice el contexto inmediato como al que estén

sujetos nuevos públicos tomando en cuenta que en la actualidad cualquier empresa podrá desarrollarse fuera de su contexto inmediato sin garantía de que los nuevos públicos utilicen el mismo idioma que el natal de la empresa.

Para complementar lo mencionado por estos autores se refirió brevemente a la cualidad de liderazgo que es mencionada por todos ellos dando especial referencia a esta característica en específico como una de suma importancia para el profesional en las Relaciones Públicas.

"El liderazgo en un comunicador dentro de una organización ayuda a lograr una comunicación eficaz, participativa, dinámica y fluida." (Pacheco, 2005) La misma autora incluye aspectos como la confianza, integridad, credibilidad, creatividad, entre otros como aspectos que conforman la misma cualidad del liderazgo siendo todos ellos relevantes según lo postulado por ella y los autores anteriores dentro de las características que idealmente conformarían a un profesional en las relaciones públicas.

1.4 Principales actividades del relacionista público

Al haber sido detallado el perfil del relacionista público, sus habilidades y considerando los estudios y las características necesarias desde un enfoque general de la personalidad o de las cualidades con mayor ventaja desde la personalidad, es posible revisar las tareas específicas planteadas desde diferentes lineamientos que subrayen la vida laboral del profesional de esta área.

1.4.1 Tareas, actividades y herramientas que utiliza.

En el siguiente apartado se analizaron las herramientas que tras años de práctica y desarrollo a través de investigación se han determinado necesarias para la práctica profesional de este campo.

Según Barquero (2008) el profesional en las relaciones públicas:

> "Estudia el entorno, analiza la opinión pública e influye en la formación de opinión. Participa e influye en la configuración de la personalidad, identidad, cultura organizacional y comunicación estratégica. Formula la planificación estratégica comunicacional basado en el plan estratégico de la institución incluyendo las situaciones conflictivas. También construye y controla la imagen corporativa garantizando la veracidad y pulcritud de la actuación institucional. Coordina su trabajo permanente con publicidad, planificación y recursos humanos. Participa en la formulación de políticas orientadas a la responsabilidad social y moral de la organización."

De acuerdo a Otero (2009) las tareas que un relacionista público debe manejar para ser un líder eficaz son: emprender, gestionar, asignar recursos y negociar,

La planificación es considerada uno de los aspectos básicos de toda acción de Relaciones Públicas, Lesly (p. 31-33, 1981) establece las siguientes fases planificativas que llevará a cabo el profesional de las Relaciones Públicas:

- Análisis del clima general de valores y normas de los receptores, así como la investigación de las ilaciones que se establecen y se exhiben entre el emisor y su ambiente social.
- Definición y estudio de las actividades realizadas por las diferentes agrupaciones sociales en relación a la percepción que posee sobre la instancia emisora.
- Análisis valorativo, conceptual y normativo del estado de opinión del entorno social.
- Previsión de los problemas potenciales, al mismo tiempo que se evalúan las necesidades colectivas e individuales del futuro.
- Establecer una composición de las acciones a realizar, a través de la formulación de una política determinada.
- Confeccionar una planificación del tempus, forma y manera de las intervenciones para adecuar los mecanismos a la escatología pretendida.

- Ejercicio de las acciones predeterminadas y ejecución de los actos planificados.
- Análisis valorativo de las consecuencias con evaluación de los resultados y el ajuste de nuevas propuestas futuras.

Por otro lado, Noguero (p. 124, 1991) estableció los siguientes elementos definidores de las relaciones públicas:

- Noción de actividad comunicativa en el sentido amplio desde su funcionalidad, así como en los esfuerzos y resultados. Establecimiento de una comunicación entre el emisor y el receptor, mediante la utilización de técnicas comunicativas.
- Manifestación continuada, coherente y persuasiva de sus intervenciones bajo dos categorías, las actividades defensivas y ofensivas.
- Sus intervenciones inciden en la vertiente perceptiva de crear, establecer, suscitar y desarrollar comportamiento cognitivos positivos y favorables a la imagen del emisor, a través de la generación de comprensión, confianza y empatía del receptor.
- Distinción entre el sujeto emisor y el receptor como exponentes de quién promueve estas acciones y las instancias que reciben las intervenciones.

1.4.2 ¿Cómo afectan sus competencias en sus actividades?

De acuerdo con lo previamente postulado acerca del perfil ideal de un Relacionista Público, se infirió en que de este dependerá el éxito de su desarrollo profesional ya que se detecta un claro vínculo entre sus habilidades y competencias y las actividades que desarrollará.

Es necesario el desarrollo tanto personal como académico para poder pulir las habilidades y características que podrán convertir al profesional en Relaciones Públicas en uno exitoso con la capacidad de llevar a la práctica todas sus funciones y tareas solicitadas por una empresa con resultados favorables. A pesar de que se indica en varias ocasiones que la mediciónde resultados de las relaciones públicas es quizás una de las variables que pueden presentar

mayor cantidad de complicaciones al demostrar resultados directamente impactados por la práctica del profesional es quizás en el empleo de actividades de las Relaciones Públicas respaldadas por capacidades adecuadas de su profesional que se puede demostrar el impacto de sus tareas, si el profesional está completamente capacitado esto se reflejará en su desempeño.

1.4.3 La práctica y el ejercicio de las Relaciones Públicas

De acuerdo al perfil profesional ya delimitado se profundizó sobre los diferentes ámbitos o ramas en la práctica de las Relaciones Públicas, algunas más extensas que otras cuando se habla del contexto ecuatoriano pues de acuerdo a las necesidades de la cultura se presenta la necesidad para el ejercicio de las relaciones públicas estas con una principal demanda en comunicación interna o manejo de medios de comunicación modernos.

1.4.3.1 Gabinetes de Comunicación.

Al hablar de Relaciones Públicas se refirió a sus iniciales prácticas como Gabinetes de Comunicación o Departamento de Comunicación usualmente utilizado cuando se trata de un gabinete interno.

Para delimitar el concepto del Gabinete de Comunicación se apuntó al concepto de Martín (1998) quien destaca la necesidad de:

> "Un gabinete o departamento que controle, analice, ejecute y difunda todas las acciones de comunicación que esa empresa necesita en su labor diaria, tanto a nivel periodístico como publicitario, es decir, el transmitir una buena imagen global de su cultura empresarial"

Se complementó esta definición con la que postula Pérez Valera (1996) quien de forma concisa se refiere a dicho gabinete como "el encargado de planificar y desarrollar la estrategia

de comunicación de una institución, organismo o empresa, con el claro objetivo de conseguir una opinión pública favorable para el mismo."

Es importante recalcar que por lo general los autores mencionados se refirieron a los Gabinetes de Comunicación como aquellos que gestionan la comunicación interna tanto como la externa de un organismo considerando que se encuentre dentro de la estructura interna del mismo mientras que se considerará como Consultora o Agencia de Relaciones Públicas a aquella que labore de forma independiente mediante contrato para prestar sus servicios siendo ajena a los organismos para los que trabaje.

1.4.3.2 Comunicación para el Desarrollo.

Otra de las ramas principales de la práctica de las Relaciones Públicas es la Comunicación para el Desarrollo, en la que se consideró a la comunicación como una herramienta para el logro de metas prácticas de instituciones y proyectos específicos de instituciones que propician el desarrollo, habiendo sido una de las ramas con mayor impacto de forma especial en Latinoamérica para apoyar e impulsar el crecimiento de comunidades, proyectos, campañas y organismos que les brindan los recursos necesarios.

1.4.3.3 Comunicación Política.

Por otro lado consideramos a la Comunicación Política como la práctica del profesional a partir de la necesidad por la política, en primer lugar para las campañas y designación de autoridades bajo la consideración de la dificultad para ganar una campaña si el postulante no aparece en medios de comunicación para su difusión, es así que también se presenta la necesidad de la comunicación durante el desarrollo y ejercicio de las actividades de la política en el hecho de que es necesaria la comunicación y su gestión en todas las actividades al que este recurra y que deberán ser de conocimiento de sus públicos.

1.4.3.4 Relaciones Públicas Internacionales

A partir de esta rama del ejercicio de las Relaciones Públicas se remitió a las Relaciones Públicas Internacionales, al definirla como el resultante de la necesidad presentada a partir de la globalización en la que cualquier organismo o empresa se verá relacionada con públicos muy lejanos a su contexto inmediato fuera su intención o no, en este sentido será necesario el profesional para la gestión de la comunicación de estos organismos con este tipo de audiencias internacionales, estando está práctica presente sobretodo en organismos gubernamentales, en la diplomacia, en relaciones entre gobiernos, en empresas multinacionales, u otros aspectos que rodeen a cualquier otro organismo.

A partir de la globalización como característica principal de un mundo al que se refiere finalmente como Aldea Global la comunicación puede lograr un entendimiento, servir como enlace tanto entre públicos como empresas y países. Es de esta necesidad de relacionarse desde la globalización que surge el desarrollo de las Relaciones Públicas Internacionales.

Peña (1998) brindó un aporte general de gran importancia sobre las relaciones públicas internacionales.

> “Cabe aclarar que las relaciones públicas con la globalización se han convertido en internacionales ya que las tareas de un relacionista público se realizan teniendo en mente el comercio transnacional. Por ello se deben conocer otras culturas para poder llevar el mensaje de forma efectiva según los públicos. A fin de cuentas, las relaciones públicas trabajan con la imagen, y su interés es protegerla sin que se dañe la reputación.”

1.4.3.5 Relaciones Públicas 2.0

Sin embargo, las Relaciones Públicas Internacionales no son la única rama consecuencia de la globalización, de esta misma forma podemos referirnos a las Relaciones Públicas 2.0 consideradas como el resultado de la adaptación de la materia a la evolución de la comunicación,

sus tendencias y sus herramientas determinando así nuevos medios y estrategias para comunicación digital.

En cualquiera de las ramas destacadas y resumidas en cuanto a su área de acción y desarrollo, tomando en consideración que las aquí presentadas no son las únicas en las que el Relacionista Público se desenvolverá, se destacó nuevamente la necesidad de nuevas habilidades que deberán ser manejadas por el profesional para su correcto desempeño, considerando que en cualquiera de estas ramas las acciones que el profesional desarrolle, aunque varíen en naturaleza, utilizarán las mismas técnicas y estudios teóricos para su correcta y beneficiosa aplicación y que sin importancia de la rama el principal objetivo del desempeño de un Relacionista Público en una institución, será, según la propia definición de la Profesión, el correcto relacionamiento, conocimiento, y gestión de sus públicos.

Capítulo 2

Estudio de las lenguas extranjeras

El estudio de las lenguas extranjeras se presentó principalmente como consecuencia de relaciones diplomáticas entre distintos países, se consideró su estudio para el desarrollo económico de un país al permitir generar relaciones, acuerdos y negocios con otros, se consideró también un elemento esencial para el turismo y la mejora del destino turístico, es de esta forma que se justifica el estudio y la impartición del estudio a los habitantes de una sociedad para brindarle a esta sociedad mayores oportunidades, y a su vez al individuo.

2.1 La Globalización y la Educación.

La globalización es comprendida en todos los ámbitos como consecuencias o adaptaciones que principalmente se refieren a una unificación global en la que, al tener conexión en todo el mundo, principalmente debido a la evolución tecnológica, se deben realizar cambios a los hábitos comunes, hábitos de compra, de cultura, de trabajo. “La globalización significa más que nada el surgimiento de nuevas formas culturales globales, medios de comunicación y tecnologías de la comunicación que modelan las relaciones de afiliación, identidad e interacción dentro y fuera de los marcos culturales locales.” Martínez (2008), el mismo autor hace referencia también a que es bajo el concepto de globalización que ciertos organismos se sostienen para implementar políticas o reglas globales bajo las que se tendrá que actuar.

Es bajo estos conceptos que observaron reformas en la educación basadas tanto en ordenamientos globales como en la estructura que siguen otras comunidades o naciones consideradas como “más avanzadas” o “desarrolladas” intentando ser implementadas a pesar de que en varias ocasiones puedan obviar la cultura o contexto previo a la implementación.

Países como Ecuador trabajan con políticas de educación, becas, o programas que se destinen al intercambio de profesionales para el estudio o especialización en otros países para la implementación o copia de estructuras después aplicadas al retornar.

Por otro lado, se tiene el desafío de una sociedad global en la que los conocimientos de los profesionales tendrán que igualar y competir con aquellos implementados en cualquier parte del mundo, es así que la educación superior enfrenta el reto de: “preparar un recurso humano con la más alta calidad, o profesionales competitivos.” y que “el mundo contemporáneo reclama una educación con calidad, con equidad, pertinente e internacionalizada sin perder el horizonte de lo regional.” León (2004)

Se comienza la revisión del tema del estudio de lenguas extranjeras como una variable importante en el desarrollo profesional y acceso a ofertas laborales dentro de las Relaciones Públicas, se hace hincapié en la relevancia de la globalización al hacer de esta competencia lingüística un punto trascendental en el mercado laboral. España, (2010, pg.64) expone:

> “Las exigencias profesionales y personales que impone este mundo globalizado fuerzan a la universidad a ponerle especial atención a la formación de profesionales bilingües; por cuanto en la actualidad el manejo de un segundo idioma, como es el inglés, pasó de ser un valor agregado a constituirse en una competencia lingüística que requiere desarrollar el individuo para integrarse con efectividad y eficacia a la nueva concepción de mundo.”

De la misma forma, al proyectarse a futuro se infirió en que la lengua extranjera tendrá aún mayor importancia y relevancia de acuerdo con las transformaciones sociales que impactará la apertura de mercados y nuevos ámbitos laborales, así como el desarrollo tecnológico que necesitará del manejo del idioma inglés.

Para concluir nos referimos a Olman Segura, (2004), quien afirmó:

> "La inclusión de cursos de inglés y de tecnologías de informática en el currículo de las diferentes carreras es parte de esta internacionalización a la que se dirige la Universidad Nacional, tomando en cuenta que en el mundo globalizado actual el manejo de este idioma, de uso universal, y el adecuado uso de las tecnologías de la información y la comunicación son herramientas esenciales que requieren todos los profesionales, para vincularse exitosamente al mercado laboral." (2004, p.5)

2.2 Panorámica de los principales idiomas estudiados.

Al realizar un análisis sobre la influencia de las lenguas a nivel internacional se encontraron varios puntos a considerar.

En un primer lugar se considera que una lengua es internacional cuando esta lengua se habla en más de un país. Es en este ámbito que se habla de una lengua franca que se conceptualiza como "una forma de comunicación en un idioma entre hablantes de diferentes lenguas" (Gil, 2018). Se caracteriza por su capacidad de establecer relaciones entre hablantes que no son nativos en esa lengua común, generalmente considerado de esta forma el inglés, Gil (2018) indica también que:

> "Lo que diferencia a una lengua franca del resto de los idiomas es que consiste en un "idioma contacto" entre hablantes que no hablan el mismo idioma y, por lo tanto, recurren en la gran mayoría de las ocasiones, al inglés como lengua para poder establecer un diálogo común". (Gil, 2018)

En referencia a lo mencionado previamente al ser una de las principales razones que desembocaron en la implantación del estudio de lenguas extranjeras la posibilidad de desarrollo económico, se consideró dentro de la contratación de profesionales que manejen una lengua extranjera el análisis de estadísticas tales como la presentada por La Guía lingüística para las empresas europeas (2011) la cual señala cuáles son aquellas técnicas lingüísticas que tienen

una mayor relación con los puntos relacionados en las contrataciones con mirada a desarrollo internacional, que serían las siguientes:

> "Contratación de hablantes nativos de sus mercados objetivo, designar a trabajadores que ya dispongan de estas destrezas lingüísticas, trabajar con traductores y/o intérpretes profesionales y elaborar un plan o estrategia lingüística previa para hacer frente a las barreras de comunicación antes de comenzar a exportar a un país concreto". (Guía Lingüística para las Empresas Europeas, 2011)

Es a partir de análisis de este tipo que las empresas se inclinan cada vez con mayor impacto a la contratación de profesionales bilingües.

El Marqués de Tamarón (Fernández, 2015, p. 8-10) analizó los factores que componían la influencia real de una lengua:

- Número de hablantes nativos.
- Número de países en los que se habla la lengua de manera oficial.
- Índice de Desarrollo Humano: establecido cada año por las Naciones Unidas, a través de su Programa para el Desarrollo (PNUD). Se basa en el análisis de tres coordenadas: renta per cápita, esperanza de vida y nivel de educación de sus habitantes.
- Volumen de exportaciones.
- Número de traducciones.
- Oficialidad en la ONU: las Naciones Unidas cuentan con seis lenguas oficiales. De los seis idiomas declarados oficiales por la Organización (inglés, francés, español, ruso, árabe y chino), es realmente el inglés el idioma utilizado principalmente como herramienta de trabajo en la ONU (Fernández, 2015).

Estos seis puntos son los principales a la hora de determinar la relevancia de una lengua en el contexto internacional, pero existen otros factores que conviene tener en cuenta para medir bien el nivel de relevancia de cada idioma.

> "El interés por el chino ha crecido a medida que lo hacia la economía de China y sus exportaciones. El interés por el español ha aumentado especialmente en grandes economías como Estados Unidos, por el aumento de su población latina y el crecimiento económico de los países de Sudamérica. Un interés que ha tenido su efecto en otros países, como Reino Unido, Francia o Alemania, donde el aprendizaje del español ha ido en aumento en los últimos años. En cuanto al portugués, Brasil es sin duda la razón del crecimiento de esta lengua en el mundo; el francés ha tenido en África su gran propulsor como idioma internacional, si bien los niveles de Índice de Desarrollo de los países de este continente que lo tienen como idioma oficial minora la importancia de este idioma en el ranking. A pesar de que el chino o el español supere en número de hablantes nativos o en el volumen de exportaciones al inglés, el número de traducciones y países que usan el inglés sigue siendo superior al resto de países. Lo que evidencia que el inglés es el idioma elegido como lengua común para poder establecer conversaciones con personas de otros países." (Gil, 2018)

Por otro lado, según la Guía lingüística para las empresas europeas (2011, p. 8), existen motivos por los que el enfoque lingüístico debería de ser multilingüe, en lugar de centrarse exclusivamente en el idioma inglés, que son los siguientes:

- La lengua inglesa es suficiente para establecer los primeros contactos con los clientes de otros países, pero si se desea profundizar más y realizar inversiones a medio plazo, resultará necesario conocer el idioma y sus costumbres locales.

- Japón y los mercados emergentes de China y partes del sureste asiático, pueden estar priorizando la lengua inglesa como el idioma de negocios con Europa, sin embargo, aceptarán con satisfacción aquellas oportunidades comerciales en sus propios idiomas.
- Comerciar con América Latina resultaría prácticamente imposible sin unas palabras de español o portugués.

Estas consideraciones podrán ser tomadas en cuenta a futuro por los futuros profesionales tanto de las Relaciones Públicas como de otras áreas, a través del presente estudio se introdujeron los justificativos para el estudio de la lengua extranjera inglés como variable que podrá tener impacto en el desempeño del profesional de las Relaciones Públicas, únicamente delimitándola como punto de partida para el estudio de lenguas extranjeras, por lo que sería incorrecto asumir que será la totalidad del conocimiento necesario en cuanto a lenguas extranjeras, tal como se expuso en puntos anteriores en un futuro se necesitará de mayor cantidad de idiomas dentro de las habilidades del profesional.

Para responder a la investigación actual se centró nuevamente la revisión a la lengua extranjera inglés.

2.2.1 En relación al idioma inglés

La importancia del inglés en el mundo se evidencia tanto a nivel local como global, se evidencia en cualquier aspecto de la vida diaria, con especial enfoque en los medios que consumimos. Para recalcar aún más la importancia de este idioma, resulta relevante señalar que “el 35 % de los usuarios de internet dominan el inglés y casi el 80% del contenido de la red se encuentra disponible en este idioma” (Gooden, 2009).

2.2.2 Comparativa con otros países hispanohablantes.

Se revisó la oferta laboral de España como un punto comparativo en cuanto a la competencia según idiomas. Gil (2018) otorga a partir de su investigación en cuanto a ofertas

laborales y la lengua extranjera las siguientes cifras: “la lengua inglesa continúa siendo predominante sobre el total de las ofertas de empleo que se dan en España, pasando del 88,9% en el año 2013 al 90 % en el 2015.” (Gil, 2018)

No obstante, hoy en día, las organizaciones buscan trabajadores que dispongan de otros idiomas diferentes al inglés, como es el francés.

> “En este caso representa el 7,2 % de las ofertas de empleo y se posiciona en el segundo lugar del ranking. En tercer lugar, el alemán, aunque se haya transformado en la tercera lengua con más salidas profesionales, su porcentaje se ha visto disminuido en las ofertas de empleo. En el año 2014, el alemán representaba el 7,3% mientras que, en el 2015, descendió al 7,1%. Y en último lugar, el portugués o el italiano, el portugués ya es requerido en el 1,3% de las ofertas de empleo y el segundo, en el 0,8%.” (Gil, 2018)

2.3 La importancia del aprendizaje del inglés en la profesionalización.

Al dar espacio a la discusión en cuanto a este tema se levantó la interrogante de si el estudio de lenguas extranjeras es imprescindible en todos los campos de práctica de diferentes áreas y profesiones, como se mencionó previamente mientras el mundo continúa conectándose la lengua extranjera es parte fundamental del currículum que puede distanciar a un profesional del resto de sus colegas al momento de conseguir un empleo.

Caben destacar las teorías de Foreman-Peck, (citado en Trotta, 2014) que defienden la idea de que:

> “…el idioma supone una barrera para el alcance de oportunidades internacionales para el 62% de las organizaciones que no se dedican en la actualidad a la exportación. Asimismo, un 70% de las empresas exportadoras declararon que, en realidad, desconocen el idioma de los países en los que intervienen.”

El desafío resultado de estos datos como señala Blázquez (Trotta, 2014), se transformó en un problema estructural ya que "El dominio de idiomas es el segundo aspecto en importancia para los inversores extranjeros." Para poder combatir esta situación se recomienda proponer una solución a medio y largo plazo, empezando desde abajo, partiendo con la reforma del sistema educativo, reformas que han sido ya implantas por parte del Gobierno ecuatoriano a pesar de que se consideran atrasadas de acuerdo con la necesidad, esto se revisa en capítulos posteriores.

2.3.1 Pertinencia del idioma inglés en el currículo universitario

De acuerdo con la opinión compartida por diferentes autores de investigaciones de Ciencias Sociales se revisó que la necesidad del conocimiento de lengua extranjera como competencia se ve relacionado con la categoría profesional a la que desea acceder, por ejemplo: Gil (2018) postula: "La demanda de conocimientos en idiomas extranjeros se verá incrementada de manera proporcional, conforme más alta sea la categoría profesional a la que se quiera acceder." Y añade además las siguientes estadísticas:

> "Las ofertas de empleo para empleados que requieren idiomas a la hora de desempeñar su puesto, representan el 22% de los casos. Sin embargo, conforme se aumenta de categoría profesional, el porcentaje también se va a ver incrementando en la demanda de: mandos intermedios (38,9%) y los técnicos (34,9%). Así, hasta llegar a los directivos: el 51,7% de ofertas dirigidas a cubrir puestos directivos resultan imprescindible los idiomas."

En este apartado se destacó la posición jerárquica del profesional de relaciones públicas, el cual es considerado debe trabajar de mano a la alta gerencia por lo que se considera que el profesional en esta área se verá sujeto al último análisis del porcentaje del 51.7%.

La misma autora señaló también que: “El inglés resulta ser el idioma más demandado para cualquier categoría profesional. En este caso, a los que más se les exige que dominen este idioma es a los directivos (95%) y los mandos intermedios (91,1%).” (Gil, 2018)

En cuanto a los sectores que más a menudo requieren aspirantes con conocimientos en otros idiomas diferentes al materno, de acuerdo con la investigación realizada por: Informe Infoempleo Adecco (2015) son:

> “Telecomunicaciones con un 42,4% y Recursos Energéticos con un 40,1 % de las ofertas de empleo. Les siguen los sectores de Hostelería y Turismo (39,7%), Consultoría General (37%), Industria (36,9%) y Sanidad (36,7%). Asimismo, por encima del promedio se encuentran los de Distribución Mayorista (34%) y Enseñanza (33,7%).” (Informempleo Adecco, 2015)

Es de acuerdo a todos los datos revisados previamente que se concluyó que las Relaciones Públicas (a pesar de no estar directamente enfocadas por los estudios mencionados) se consideran dentro de ambos, el nivel jerárquico al cual se le abona entre el grupo de 51.7% de puestos en los que se requerirá la lengua extranjera como parte de sus destrezas así como dentro del sector telecomunicaciones en el que se considera el 42.4% de puestos a los que aspiran profesionales que necesitará esta destreza. Se consideró de forma adicional a este último no como sector si no como parte fundamental de las funciones que se atribuyen al profesional en Relaciones Públicas en la actualidad.

2.4 Estudio en Ecuador.

Para revisar los estudios realizados se revisaron en un primer lugar, los acuerdos a los que ha llegado el Ecuador desde los cuales se verificó la importancia de implementar el idioma extranjero como parte de malla curricular en las instituciones educativas:

Previo a reformas que se detallan más adelante, en el Ecuador el estudio y manejo de varios lenguajes por individuos de todos los niveles educativos era casi nula ya que no se otorgaba a la enseñanza de idiomas prioridad ni importancia debida, se consideraba una materia optativa tanto como era descartada por mallas curriculares en la mayoría de instituciones.

Para brindar una visión significativa de esta deficiencia de aprendizaje de lenguas extranjeras, se consideró un estudio realizado por la compañía Education First "Indice de nivel de inglés. (2011)", donde se determinó que:

> "En el Ecuador el nivel de competencia en inglés de sus habitantes, es deficiente mientras que en países como Malasia llega a un nivel satisfactorio. Esto se debe a varios factores, entre ellos que la educación pública es débil, o la culminación de estudios por un menor porcentaje de población en América Latina en comparación con Malasia."

En Latinoamérica, los esfuerzos por mejorar esta realidad aparecieron desde la convención de Dakar en 2000, donde se plantearon los retos a cumplir para obtener mejoras en el nivel de educación. El propósito planteado fue incluir al inglés en los currículos de enseñanza como lengua extranjera, pues es un idioma fundamental de interacción social en el mundo globalizado actual. La institución educativa latinoamericana actual exige que los estudiantes sean competentes y puedan desenvolverse a cabalidad en sus labores cotidianas, para lo cual el dominio del idioma extranjero es relevante.

Ecuador, como miembro activo de la reunión y en busca del cumplimiento de los objetivos planteados en Dakar, durante los últimos años ha intentado crear un sistema sólido y favorable para el proceso de enseñanza-aprendizaje de una lengua extranjera, específicamente del idioma inglés.

Previo a la búsqueda del cumplimiento de estos objetivos, al brindar la autoridad a cada institución en cuanto a impartir, en caso de ser deseada, la materia de lengua extranjera, las

horas y las herramientas utilizadas en los pocos casos en los que era incluida en la educación dieron como resultado el posicionamiento del Ecuador en el grupo los países en Latinoamérica con niveles más bajos en conocimiento de lengua extranjera. Sin embargo, se considera que esta realidad cambia significativamente en el año 2014, cuando el Gobierno decidió proponer cambios a través de acuerdos ministeriales enfocados a mejorar el nivel de educación del país. Ministerio de Educación, "Acuerdo Ministerial 0052-14" (Quito, 2014). Edición electrónica.

El primer acuerdo a considerar es el N. 0052-14, que entró en vigencia en el año lectivo 2016-2017 en el régimen Sierra y durante el período 2017-2018 en el régimen Costa. El acuerdo se aplica en centros educativos regentados por el Ministerio de Educación, que corresponden a los diez años de Educación General Básica y los tres años de Bachillerato.

Así, el Codificado del Reglamento (Consejo Superior de Educación, Codificado del Reglamento (Quito, 2016).) establece, en el artículo 3 literal b, que "la gestión académico-formativa debe estar direccionada a fortalecer la investigación, la formación académico-profesional y la vinculación con la colectividad." Además, incluye estatutos categóricos que exigen a los estudiantes universitarios alcanzar un nivel intermedio-alto (B2) en el estudio de inglés para egresar. Aunque se verifica que esto no ha sido cumplido a cabalidad pues actualmente a pesar de necesario el estudio del idioma extranjero en los institutos superiores es en pocos institutos en los que se verifica obligatoria la obtención de una certificación B2 como requisito para egresar o graduarse. Esto implica un cambio en la metodología de enseñanza y el nivel de suficiencia de la lengua extranjera.

2.4.1 Revisión de suficiencia de la lengua extranjera en las universidades del Ecuador

Con el objetivo de determinar la pertinencia del estudio de la lengua extranjera se realizó un estudio a partir de una comparativa de las mallas curriculares de un grupo seleccionado de universidades del Ecuador, primero seleccionando las que se encuentran dentro de la ciudad

delimitada en el estudio, Cuenca, y a su vez con una comparativa adicional junto a las universidades consideradas entre las cinco mejores del país dentro del ranking *QS World Universitys Ranking 2022.*

Figura 1: La lengua extranjera en mallas curriculares de universidades en el Ecuador.

Universidad de Cuenca - Comunicación

- Nivel de Inglés: Estudio de tres niveles equivalente a la Nivel A2.
- No incluye su estudio dentro de la malla curricular (Universidad de Cuenca, 2023).

Universidad Del Azuay - Comunicación

- Nivel de Inglés requerido: Estudio de 8 niveles - Nivel B1.
- No incluye su estudio dentro de la malla curricular. (Universidad del Azuay, 2023)

Universidad Técnica Particular de Loja - Comunicación

- Nivel de Inglés requerido: Nivel B1
- No incluye su estudio dentro de la malla curricular. (Universidad Técnica Particular de Loja, 2023)

Universidad Católica de Cuenca - Comunicación, Periodismo y Producción Multimedia

- Nivel de inglés: Estudio de cuatro niveles, Nivel B1.
- No incluye su estudio dentro de la malla curricular. (Universidad Católica de Cuenca, 2023)

Universidad San Francisco de Quito - Comunicación

- Nivel de Inglés: 6 niveles de inglés incluídos en la malla curricular, Nivel incial B2.
- Se sitúa en el primer lugar dentro de las universidades del país.
- Incluye su estudio dentro de la malla curricular. (Universidad San Francisco de Quito, 2023)

Escuela Superior Politécnica del Litoral - Comunicación

- Nivel de Inglés requerido: estudio de 6 niveles. Nivel B1 - B2
- Se ubica como segundo entre las universidades del país.
- Incluye su estudio dentro de la malla curricular. (Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2023)

Pontificia Universidad Católica del Ecuador - Comunicación

- Nivel de Inglés requerido: No específico.
- Se ubica tercero entre las universidades del país.
- No incluye su estudio dentro de la malla curricular. (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, 2023)

Escuela Politécnica Nacional - Comunicación

- Nivel de Inglés requerido: Estudio de 4 niveles, nivel A2.
- Se ubica cuarto entre las universidades del país.
- No incluye su estudio dentro de la malla curricular. (Escuela Politécnica Nacional, 2023)

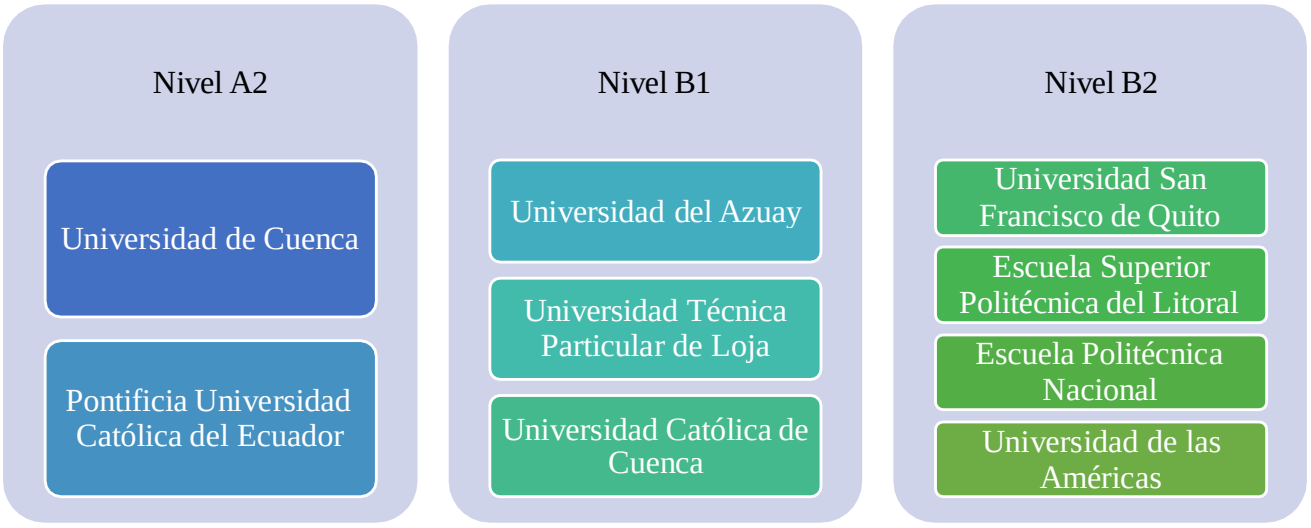
Universidad de las Américas - Comunicación

- Nivel de Inglés requerido: Estudio de 4 niveles, entre intermedio y avanzados, Nivel B2.
- Se ubica quinto entre las universidades del país.
- Incluye el estudio dentro de la malla curricular. (Universidad de las Américas,2023)

Fuente: Elaboración Propia

Se verificó a partir de esta revisión en primera instancia el nivel de suficiencia de la lengua extranjera que cada universidad determina necesaria para la culminación de estudios de sus estudiantes estando entre estos los niveles A2, B1 y B2. Se recalca nuevamente que de acuerdo a los acuerdo e intentos de implementación del estudio de la lengua extranjera en el país se considera que a nivel universitario se debería obtener un nivel B2 por parte de sus graduados. Los niveles de suficiencia de la lengua extranjera se diferencian principalmente en los siguientes aspectos: un nivel A2 se comprende como un nivel básico – intermedio de inglés, el nivel B1 se comprende como un nivel intermedio y un nivel B2 se comprende como un nivel intermedio – avanzado según los estándares de la Universidad de Cambridge y los certificados otorgados de forma internacional. En cuanto a los niveles requeridos por el grupo de universidades del Ecuador analizadas de acuerdo a sus requerimientos para culminación de estudios se reflejan los siguientes niveles:

Figura 2: Comparativa del nivel de suficiencia de la lengua extranjera.

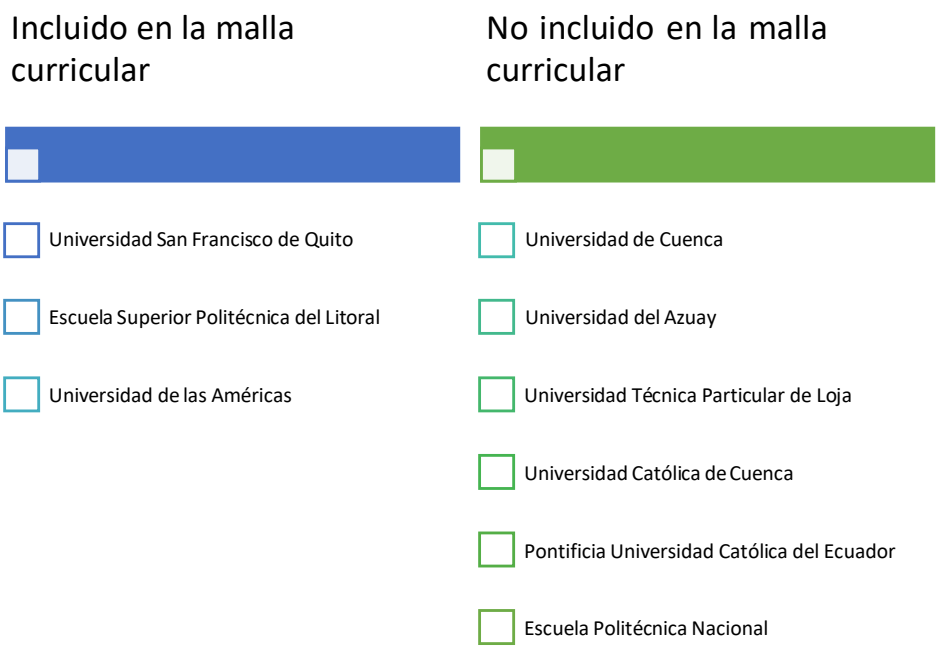


Fuente: Elaboración Propia

Cabe rescatar que estos resultados no se podrán generalizar sobre todos los estudiantes ya que no implican la limitación de los estudios si no únicamente los requisitos mínimos dando paso a la continuación de estos. Sin embargo, de acuerdo a las encuestas que se realizaron más adelante para esta investigación se pudo observar que en cuanto a los estudiantes de la Comunicación y Relaciones Públicas de la Universidad de Cuenca el 40% considera su nivel de inglés básico, es decir un A2 o incluso A1, y el 38% considera tener un nivel de inglés intermedio considerado como A2 o B1, por lo que se sostienen que el nivel requerido es en la mayoría de ocasiones el único que los estudiantes obtienen sin continuar con este estudio fuera de sus estudios universitarios, por lo que nuevamente se valida la pertinencia de incluir el estudio más avanzado de la lengua extranjera dentro de la malla curricular.

En la actualidad este estudio se encuentra incluido en las mallas curriculares únicamente de las siguientes universidades del Ecuador:

Figura 3: Comparativa inclusión de la lengua extranjera en la malla curricular.



Fuente: Elaboración Propia

Se analizó de forma adicional que en las mejores universidades del Ecuador se incluye el estudio de la lengua extranjera dentro de la malla curricular de la carrera de Comunicación.

> "En este contexto, se convierte en transcendental la socialización de los cambios propuestos en toda la comunidad educativa, mediante conferencias y la generación de espacios de investigación en la rama de las lenguas extranjeras y el acompañamiento constante a los docentes que se desempeñan en esta área. Consecuentemente, los participantes de la colectividad educativa serán capaces de interactuar con éxito en el nuevo marco propuesto." (Peña, 2019)

2.5 El Estudio de la Lengua Extranjera en la Comunicación Social y Relaciones Públicas

2.5.1 Globalización y Relaciones Públicas

Aunque la globalización se asocia comúnmente a asuntos económicos abarca muchos más ámbitos, ya que es a través de ella que la comunidad se transforma en lo conocido como *Aldea Global de McLuhan,*

> "Con este concepto, el sociólogo quiere mostrar cómo una comunidad disminuye considerablemente su distancia y aislamiento de otras a consecuencia del uso de los medios de comunicación y las tecnologías. Un ejemplo muy clarificador serían las redes sociales tales como - Facebook, Twitter, Instagram, etc." (Gil Aldren, 2018)

Llegados a este punto, se define la globalización como: "Un conjunto multidimensional de procesos sociales que crean, multiplican, acercan e intensifican a nivel mundial las interdependencias, los intercambios y, al mismo tiempo, fomentan en las personas una conciencia creciente de profundas conexiones entre lo local y lo distante." (Steger, 2003, 10).

En un mundo global se connota la necesidad de un idioma común. La globalización ha conllevado que las empresas compitan no solo a nivel nacional sino también a nivel mundial. Por

tanto, se genera un nuevo requisito que es el conocimiento de la lengua extranjera. En la actualidad, en la gran mayoría de las ocasiones el currículum de un candidato debe incluir en sus apartados el conocimiento de idiomas.

Se deben revisar otros elementos que nos ofrecen información sobre la importancia de los idiomas en el contexto internacional ya que si queremos aprender un idioma es porque lo consideramos útil a la hora de relacionarnos personal o profesionalmente.

En cuanto a la relación entre las Relaciones Públicas y la globalización, se observó que es recíproca ya que las relaciones públicas han contribuido al proceso de globalización mientras que la globalización ha afectado a las relaciones públicas en cuanto a su práctica y estudios. Es innegable que el incremento en el traspaso de límites geográficos en intercambios económicos, políticos y socio culturales que ha otorgado la globalización han resultado en un crecimiento exponencial de la necesidad de comunicarse con diversos públicos globales.

Se observó que la comunicación siendo la actividad primaria de los profesionales de las Relaciones Públicas, desemboca en el desafío de comunicarse con estas audiencias globales en nombre de organizaciones, clientes o grupos.

Por lo tanto, la globalización ha traído nuevos niveles de importancia a la profesión y al manejo de relaciones con audiencias en las cuales es primordial la comprensión basada en respeto mutuo y canales de comunicación con propósito.

Se analizó que no entender a una cultura continúa siendo, según pruebas históricas de conflicto y crisis de empresas y multinacionales, uno de los errores más comunes por parte de gobiernos, empresas y comunicadores, brindando deficiencias claras y limitando las prácticas de relacionistas en cuanto el mercado en el que trabajen se continúa expandiendo a nuevos públicos. “Como solución encontramos la necesidad de educación que prepare a los profesionales para comunicarse efectivamente con audiencias globales.” (Sriramesh, 2008).

Adicional cabe rescatar que las estrategias de Relaciones Públicas han sido, por su naturaleza ya analizada en el primer capítulo de la investigación, desarrolladas en sus países natales, considerando tanto la escuela europea como la americana, e implementadas en diferentes culturas y países de acuerdo a su enseñanza y aprendizaje por lo que no son culturalmente sensibles, aspecto que también presenta un marco amplio para mejora.

2.5.2 Aspectos en los que tiene mayor relevancia en las Relaciones Públicas

En apartados anteriores se verificó de forma general la importancia del inglés como competencia laboral, las oportunidades que existen en el mercado para tener mayor garantía en cuanto a un buen empleo y asegurar una vida digna. Por lo que es tal vez en esta sección en la que se vuelve imprescindible analizar en primera instancia las diferentes ramas de las Relaciones Públicas.

Es casi obvia en cuanto a la competencia de la lengua extranjera la rama de las Relaciones Internacionales como prioridad en cuanto al estudio que le brindarían a este conocimiento, tal como se mencionó en una sección previa es posible también resaltar la rama de Comunicación Digital o *Community Management*, la comunicación desde un aspecto social en cuanto a geopolítica y comunicación de grupos, entre otras muchas ramas en las que el inglés se verá reflejado en las funciones que manejen.

Dentro del *Community Management* e incluso según el propio término que se utiliza para nombrar a esta práctica, el inglés se presenta como uno de los principales requerimientos primero para poder entender tendencias y aplicación de las mismas, adicional para poder aplicar la herramienta del *benchmarking* abriendo la posibilidad al análisis y referencia de empresas internacionales o de escala global. Para poder situarse dentro de las mismas redes como un referente.

En este estudio se consideró que la visibilidad de una empresa dentro de redes será importante solo en cuanto llegue a los públicos objetivos de la misma, sin embargo cuando nos referimos a la Aldea Global de McLuhan y a la definición de la globalización como una oportunidad para que las empresas puedan ampliarse, la imagen que la empresa tenga en redes podrá ser una variable de gran impacto en cuanto a la posibilidad que se le presente de poder ampliarse de forma global, sumándole a esto el impacto proporcionado después de los sucesos que rodearon a la pandemia global del 2019 de carácter médico en cuanto al COVID-19 a partir de la cual el mercado digital creció de forma exponencial permitiendo a una empresa ser creada y manejada sin necesidad de un espacio físico y por lo tanto existiendo en cualquier parte del mundo a través del internet, sin embargo, no es posible manejar la comunicación y contacto con los públicos de una empresa que tiene visión a ser global si no se conoce el idioma de aquellos que puedan desear acceder a sus productos o servicios.

Por otro lado, aún si la empresa decide permanecer dentro de su propio medio necesitará de la lengua extranjera para su crecimiento, como ejemplo la técnica del *benchmarking* se aplica para poder diferenciarla del resto en su mismo mercado, esta técnica puede ser aplicada de mejor forma al poder tomar como referencia empresas globales para lo cual es esencial poder comprender correctamente los ejemplos que se tomen de esta empresa global y en el análisis de los mismos la barrera del lenguaje puede actuar como limitante o incluso en ciertos casos como perjudicador al tener un resultado incorrecto o parcial del análisis.

Si el profesional de la comunicación decide no inclinarse por la rama del *Community Management* y en su lugar se refiere al manejo de la Comunicación Organizacional se debe considerar nuevamente los datos brindados en anteriores apartados en cuanto a la consideración que el área de selección y recursos humanos tiene en cuanto al conocimiento de lenguas extranjeras y como este puede influir en la selección y oferta laboral.

De forma adicional se recalcó la rama de las Relaciones Públicas e Investigación en la cual para la mejora de la práctica y aprendizaje el tener acceso a investigaciones realizadas en distintos idiomas podrían mejorar exponencialmente la posibilidad de mayores estrategias, técnicas y habilidades que se pueda implantar y capacitar a los profesionales o estudiantes de la profesión implementándolas correctamente al contexto que se desee, por lo cual se postuló que el conocimiento de lenguas extranjeras es una de las herramientas más importantes para la investigación de las Relaciones Públicas.

Capítulo 3

3.1 Metodología

Dentro del presente apartado se desarrolló la metodología utilizada para el proceso investigativo, se describe el método, técnicas y muestra a utilizarse en el estudio, todas estas variables apuntan al análisis de la relevancia de la lengua extranjera en la práctica de las Relaciones Públicas.

3.1.1 Métodos

De acuerdo con la finalidad de la investigación, se utilizó en primer lugar el enfoque cualitativo a través de las revisiones sistemáticas como método de investigación.

De igual forma se utilizó el enfoque cuantitativo, el cual según Gill y Johnson (2010) "Se presenta como más apropiado para la verificación o el contraste de hipótesis fundamentadas en el conocimiento teórico existente." Así mismo "Busca realizar inferencias a partir de una muestra hacia una población, evaluando para ello la relación existente entre aspectos o variables de las observaciones de dicha muestra" (Ghauri y Gronhaug, 2010), con la finalidad de "identificar los patrones generales que caracterizan a la totalidad de una población" (Binda, N y Balbastre, F. 2013)

De este modo, dentro de esta investigación se utilizó el enfoque cualitativo para levantar información y fundamentos teóricos que son interpretados para analizar el impacto del uso de lingüística o de la lengua extranjera dentro de los mismos y complementarla con la revisión a través del método cuantitativo para identificar el panorama actual de la relevancia de la lengua extranjera en el estudio de los futuros profesionales y profesionales de las Relaciones Públicas.

3.1.2 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

3.1.2.1 Revisiones Sistemáticas

Para Aguilera, R. (2014) “Las Revisiones Sistemáticas son una forma de investigación que recopila y proporciona un resumen sobre un tema específico orientado a responder a una pregunta de investigación.” Así esta técnica ha sido utilizada para analizar información previa, investigaciones y fundamentos teóricos y el impacto del uso de la lingüística y la lengua extranjera en los mismos con la finalidad de responder de forma parcial algunas de las preguntas de la investigación.

3.1.2.2 Encuestas

La encuesta se ha convertido en una herramienta fundamental para el estudio de las relaciones sociales. Martín, F. A. (2011) postula la encuesta como “La conjunción del interés y necesidad por recoger información con el desarrollo de los métodos de muestra.” Es así que en la presente investigación se utilizó esta herramienta para recoger resultados que brindan una perspectiva del panorama actual en la ciudad de Cuenca con respecto a su nivel de dominio de la lengua extranjera a fin de contrastarlo y analizarlo junto a la revisión y análisis bibliográfico.

3.1.3 Muestreo

El muestreo es un aspecto crucial en las investigaciones sobre el individuo y la sociedad, pues determina la selección de los participantes (Rodríguez, 1999), y a partir de ello la calidad de los datos del estudio. Desde una perspectiva positivista, se entiende como la obtención de un número de casos suficientes para informarnos sobre el conjunto de la población, pero en los métodos cualitativos refiere la “suficiencia”, “idoneidad” y “pertinencia” de los participantes con que se va a desarrollar el trabajo. Por tanto, las decisiones de muestreo son estratégicas para recoger los datos de una investigación (Rodríguez, 1986), teniendo un valor eminentemente práctico (procedimental) en la investigación social.

El método seleccionado para la investigación fue el no probabilístico por conveniencia que consiste en “Seleccionar a los elementos que son convenientes para la investigación para la

muestra… Se caracteriza por el esfuerzo de obtener muestras que sean representativas mediante la inclusión en la muestra de grupos típicos" (Velasco y Martínez, 2017).

3.1.4 Muestra

La muestra y universo planteado para la aplicación de la presente investigación se reduce a dos grupos, el primero es el grupo de 90 futuros profesionales de las Relaciones Públicas, es decir estudiantes de la profesión en la Universidad Estatal de Cuenca; y el segundo a 30 profesionales de las Relaciones Públicas ejerciendo la profesión en la actualidad. En este sentido se tomaron las siguientes consideraciones:

El primer grupo se delimitó tomando en consideración la muestra más amplia de estudiantes actuales de las Relaciones Públicas en la ciudad de Cuenca considerando la delimitación de la carrera presente únicamente en la Universidad de Cuenca ya que en otros institutos superiores en la ciudad incluyen en el estudio y profesionalización la mezcla de Periodismo y Relaciones Públicas por lo que no es posible incluirlos en la segmentación presente.

De forma similar el segundo grupo se delimita considerando que los encuestadoscumplan tanto con la variable del ejercer sus conocimientos en Relaciones Públicas dentro de sus puestos laborales como del haber culminado sus estudios de tercer nivel en Relaciones Públicas.

A cada grupo se realizó una encuesta diferente considerando los puntos de diferencia entre un estudiante y un profesional, con la finalidad de analizar el estudio de la lengua extranjera y sus consideraciones en cuanto a la misma, se revisa también el impacto que ha tenido en su desarrollo estudiantil o profesional, los recursos que invierten en el estudio, las concepciones que tienen sobre su posible uso.

Es de acuerdo a esto que se plantean en las encuestas los principales puntos: tiempo de estudio, aplicación en temas relacionados a su carrera, puntos a considerar en cuanto al bajo o nulo estudio o conocimiento, consideraciones futuras sobre la pertinencia del estudio.

3.2 Análisis de Encuestas

Para apoyar la hipótesis de la presente investigación se realizaron encuestas a un grupo de 90 estudiantes de las Relaciones Públicas con promedio de 20 años de la Universidad de Cuenca, con la cual se pretende en primer lugar determinar la actual inversión de recursos en sus estudios de las relaciones públicas.

Estas encuestas arrojaron los siguientes resultados:

Se verifica primero los puestos a los que los estudiantes aspiran en su vida profesional, estando entre ellos puestos de comunicación social entre los que destacan puestos en comunicación organizacional o comunicación política entremezclados a su vez con puestos de relacionistas públicos en la que la mayoría se refiere a Directores de Comunicación siendo estos el 41% de la totalidad en cuanto a la rama a la que se inclinan, seguida por el periodismo con el 16% y puestos en alta gerencia con el 13% considerando que este porcentaje podría también incluirse como puestos de gerencia en comunicación aunque se ha mantenido como un dato separado por falta de especificaciones igualado por el porcentaje de estudiantes que no han definido aún sus aspiraciones laborales, seguido por puestos en lo audiovisual con el 6% y puestos en la organización de eventos con el 5%, finalmente con un restante de aspirantes al área de publicidad con el 4% y otros puestos en 2% considerando que será el porcentaje de estudiantes que no desea ejercer la profesión.

Con estos resultados se puede una vez más recalcar que la mayoría de estudiantes desean poder ejercer puestos que calificarán como ellos que laboran dentro o conjuntamente con la alta gerencia en departamentos de comunicación por lo que estarán sujetos a los

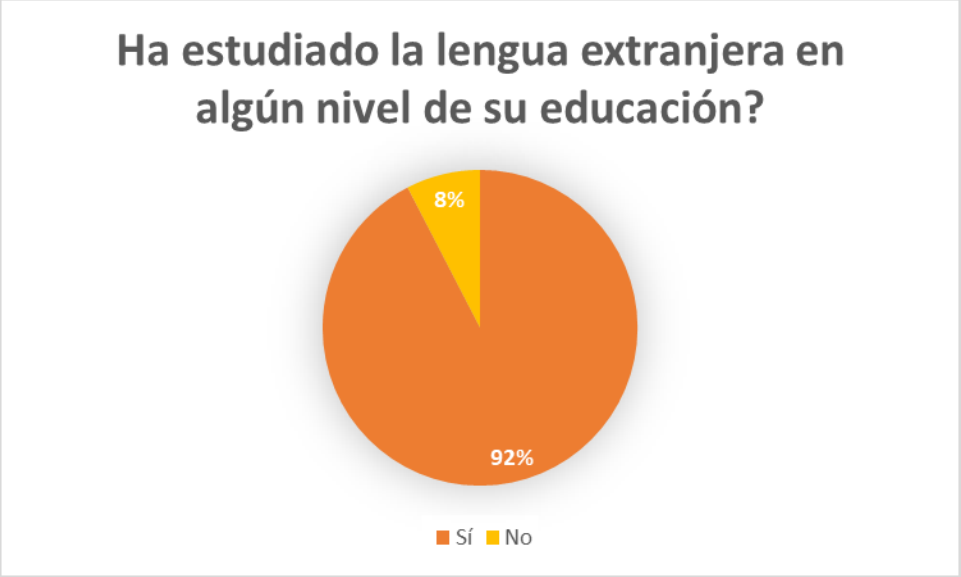
porcentajes revisados previamente en cuanto a la contratación de profesionales con conocimiento de lengua extranjera según su jerarquía organizacional. Así como el porcentaje de estudiantes inclinados a puestos que tengan que ver con los nuevos medios de comunicación igualmente propuestos por diferentes autores como un resultado de la globalización tanto como un enlace entre comunidades para lo cual necesitarán de la lengua extranjera.

Figura 4: Puestos a los que aspiran

Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas a estudiantes 2023.

Con estos conceptos comprendidos sobre el contexto bajo el que cada estudiante de acuerdo a sus aspiraciones tomará en consideración las habilidades necesarias para su idóneo desempeño en su puesto se revisa en primera instancia que el 92% de los encuestados sí han estudiado la lengua extranjera.

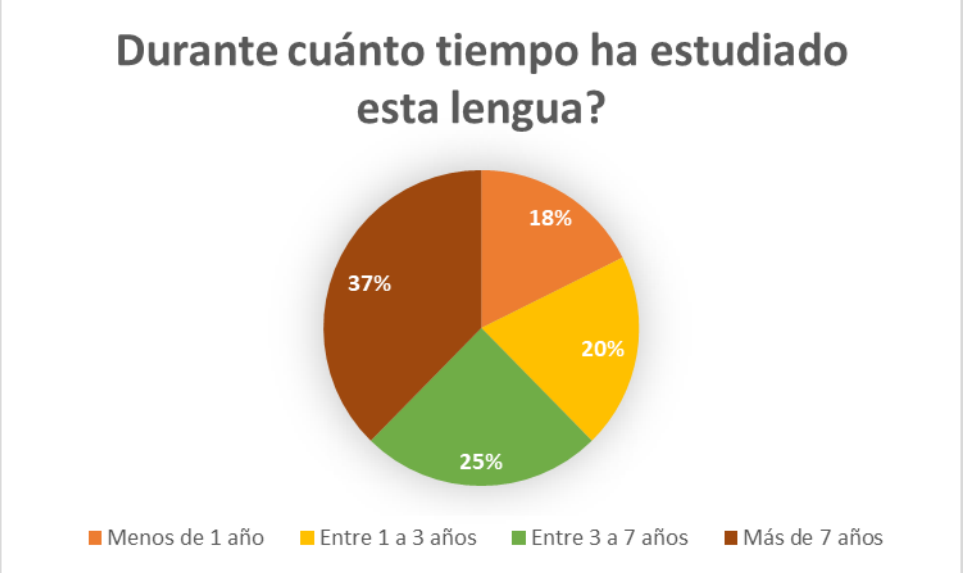
Figura 5: Estudio de la lengua extranjera.



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas a estudiantes 2023.

De este grupo el 62% habrá destinado más de 3 años en su estudio.

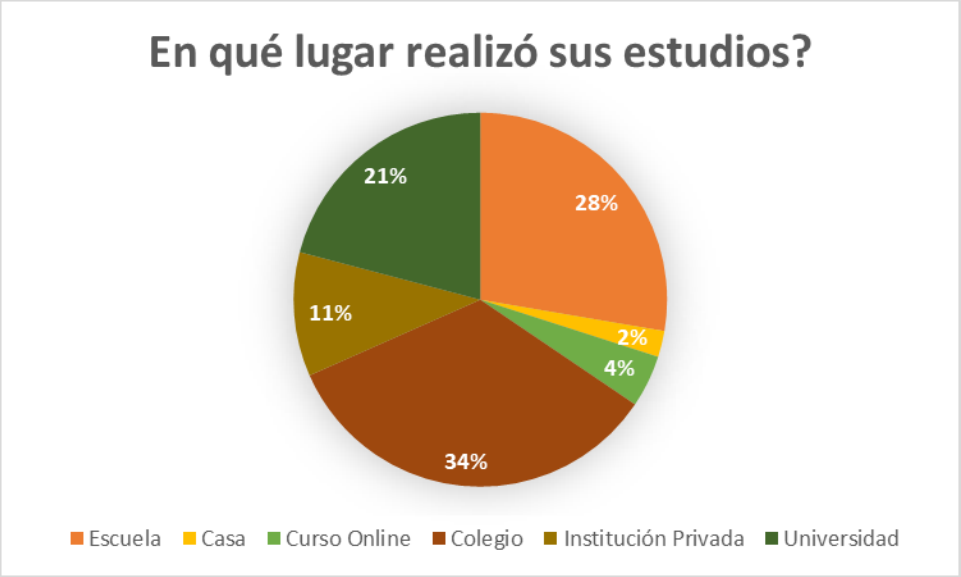
Figura 6: Tiempo promedio de estudio.



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas a estudiantes 2023.

Este mismo porcentaje declara haberlo estudiado en su educación básica o bachillerato, siendo complementada por el 21% realizando sus estudios en la universidad, es decir como parte de los programas ya determinados de avances en la educación con enfoque al estudio de la lengua extranjera inglés.

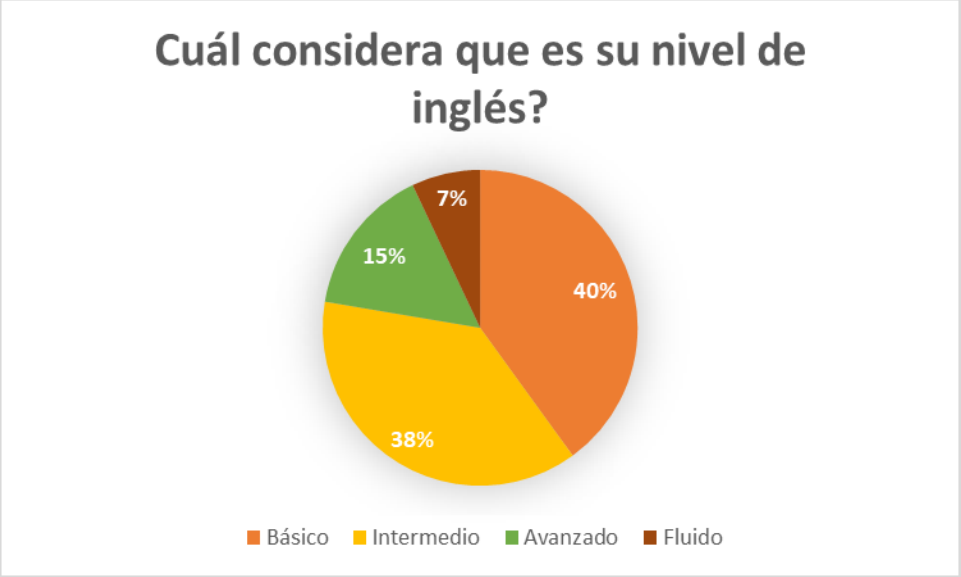
Figura 7: Lugares principales en los que se realizan los estudios.



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas a estudiantes 2023.

Como se revisó de acuerdo a previos resultados de las encuestas, aunque la gran mayoría ha realizado estudios de la lengua extranjera y de este grupo el 62% lo ha estudiado durante más de 3 años la mitad de los encuestados considera mantener un nivel básico de inglés y de este grupo únicamente el 7% considerará tener un nivel fluido de inglés. Es importante recalcar que el grupo de encuestados pertenece a la Universidad de Cuenca, la cual de acuerdo a la revisión comparativa junto a otras Universidades del Ecuador tendría uno de los requisitos más bajos en cuanto al nivel de inglés pudiendo ser un factor en los presentes resultados.

Figura 8: Revisión del nivel de inglés por introspección de encuestados.



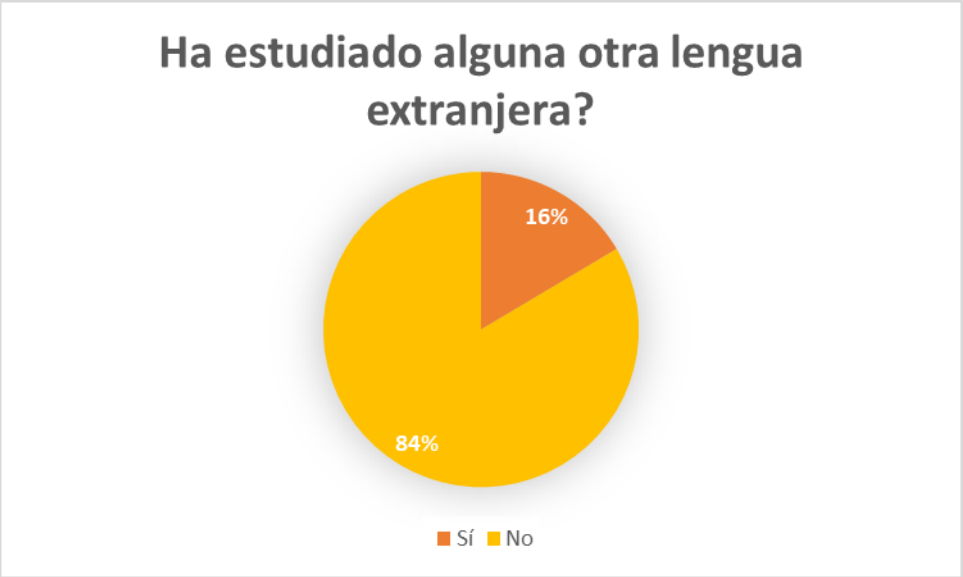
Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas a estudiantes 2023.

En la aplicación de sus tareas en el ejercicio de las Relaciones Públicas se puede considerar que para un gran porcentaje de sus actividades únicamente necesitarán de un inglés bajo nivel básico o intermedio, sin embargo al porcentaje de profesionales que aspiran a puestos relacionados con la alta gerencia o con el *community management* en la que tendrán que relacionarse con audiencias nativas necesitarán de un nivel intermedio o fluido, por otro lado todos los profesionales en el área si quisiesen profundizar en la investigación académica, siendo esta la elaboración de trabajos de investigación o el acceso a un posgrado o especialización necesitarán igualmente un nivel avanzado o fluido del idioma.

Bajo estas consideraciones se deduce que aún si los esfuerzos en cuanto a tiempo están siendo utilizados para la mejora de la comprensión puede haber fallas estructurales que impidan la mejora del nivel de la lengua.

Como aporte adicional es posible revisar el porcentaje de estudiantes dedicando recursos al estudio de una lengua extranjera diferente al inglés definido al 16% de la muestra total de encuestados.

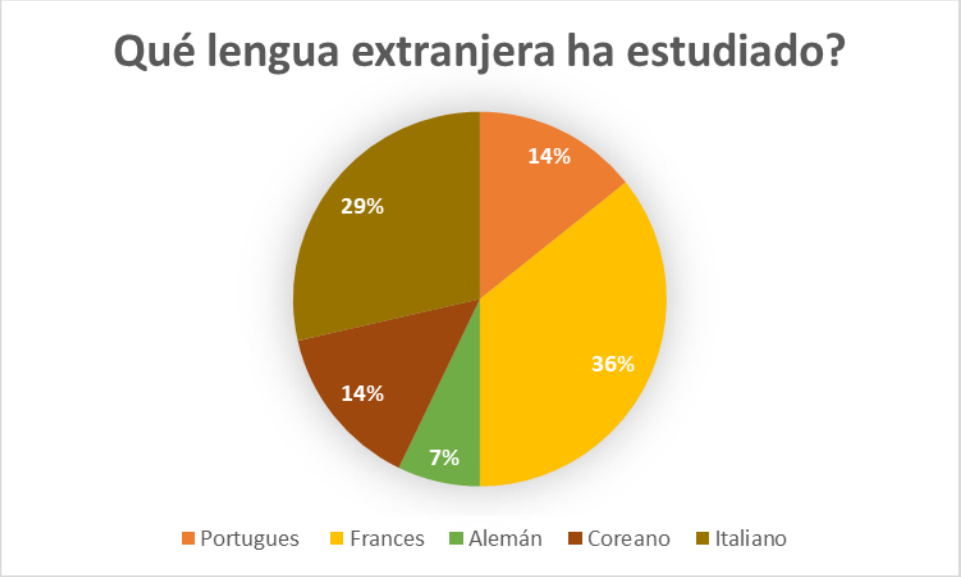
Figura 9: Promedio de estudio de otras lenguas extranjeras.



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas a estudiantes 2023.

De este 16% la mayoría estudiando el idioma francés, seguido por el italiano y entre otros tomando idiomas como el portugués, coreano y finalmente alemán.

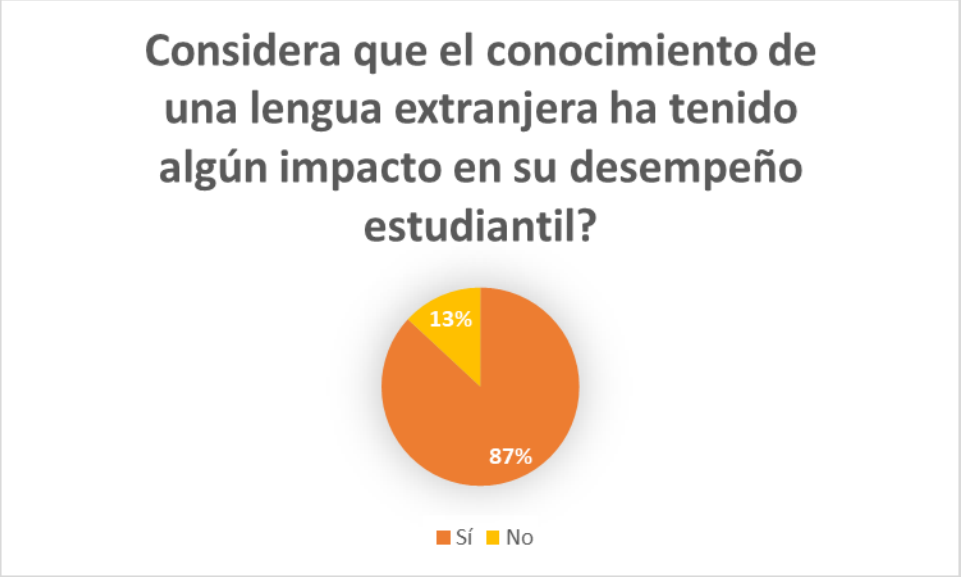
Figura 10: Revisión de otras lenguas extranjeras.



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas a estudiantes 2023.

Retomando las consideraciones principales de la muestra total de encuestados que han tomado estudios de la lengua extranjera inglés, el 87% considera que ha tenido algún impacto en su desempeño estudiantil, de este 87% podemos reflexionar sobre el 60% de esta muestra más importante que considera un impacto relevante durante su vida estudiantil.

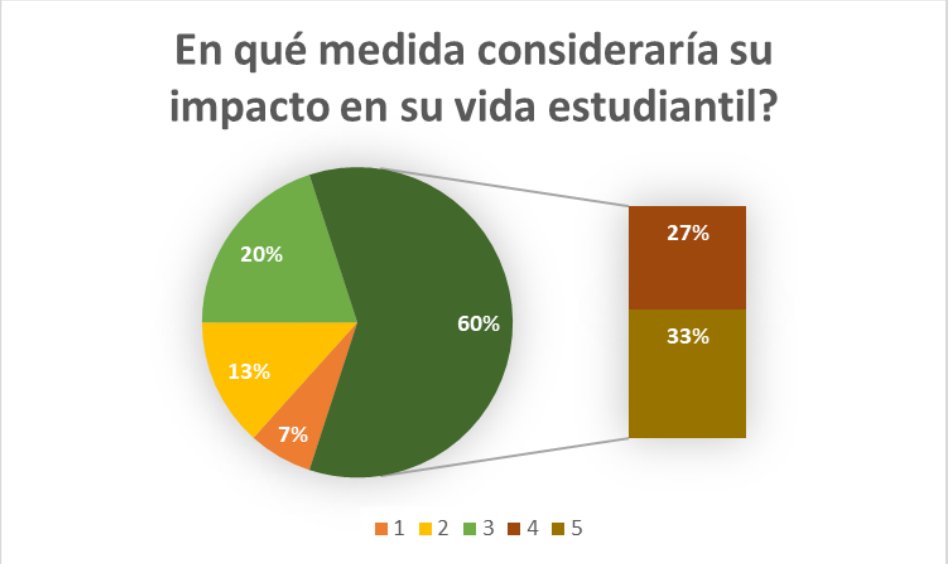
Figura 11: Consideración de impacto en desempeño estudiantil por encuestados.



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas a estudiantes 2023.

Considerando en el siguiente cuadro que 1 es equivalente a un impacto nulo y 5 equivalente a un impacto que ha marcado alguna diferencia en la vida estudiantil del encuestado.

Figura 12: Medición introspectiva del impacto por los encuestados.



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas a estudiantes 2023.

Podemos resaltar algunas de las razones consideradas por los encuestados en cuanto al impacto en su vida estudiantil:

Figura 13: Consideraciones conceptuales sobre el impacto.

Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas a estudiantes 2023.

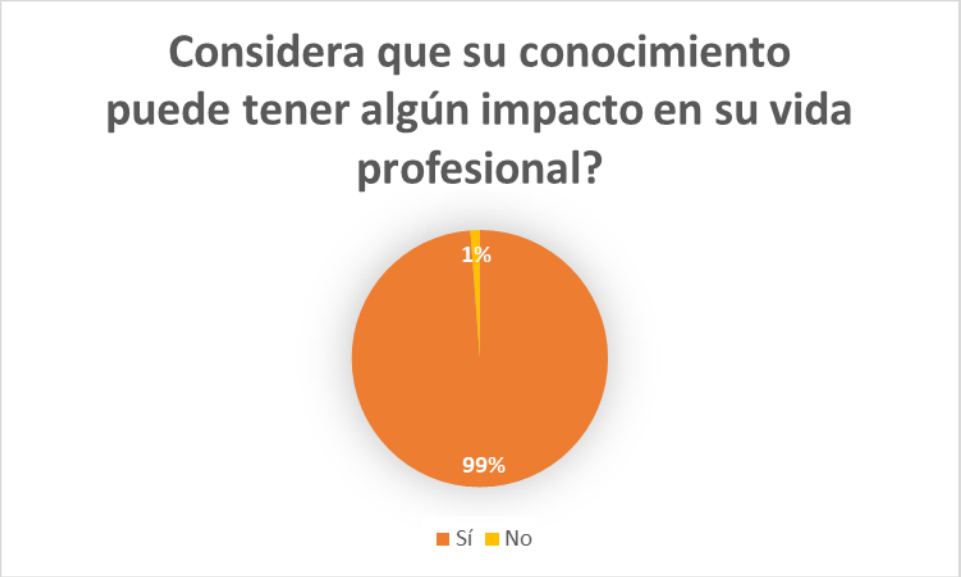
La mayoría de encuestados consideraron cuatro variables, principalmente las oportunidades laborales, indica que ya han abierto puertas en su vida laboral o a su vez que consideran que les brindará mayores oportunidades, esto es un común en cualquier actividad profesional sin embargo de forma más específica los estudiantes de Relaciones Públicas resaltaron en igual relevancia el impacto que ha tenido su conocimiento en la lengua extranjera o falta del mismo en cuanto a sus relaciones sociales indicando en varias ocasiones su relevancia en cuanto a *networking*, es decir las habilidades sociales que puedan impulsar su avance laboral.

Otro gran porcentaje considera el impacto del conocimiento de la lengua extranjera únicamente como su propia denominación, el estudio de la lengua como parte de su malla o para comprensión de sus palabras sin un objetivo mayor.

De carácter más relevante tal vez podemos revisar que el 16% de los encuestados han podido especular o ser testigos del impacto de una segunda lengua en la investigación mencionando la comprensión de mayor cantidad de obras, textos e incluso conceptos, así como la adquisición de nuevas perspectivas al poder reconocer nuevas culturas.

Es tal vez a través de esta reflexión que la mayoría de encuestados reflejan los siguientes resultados en la consulta siguiente:

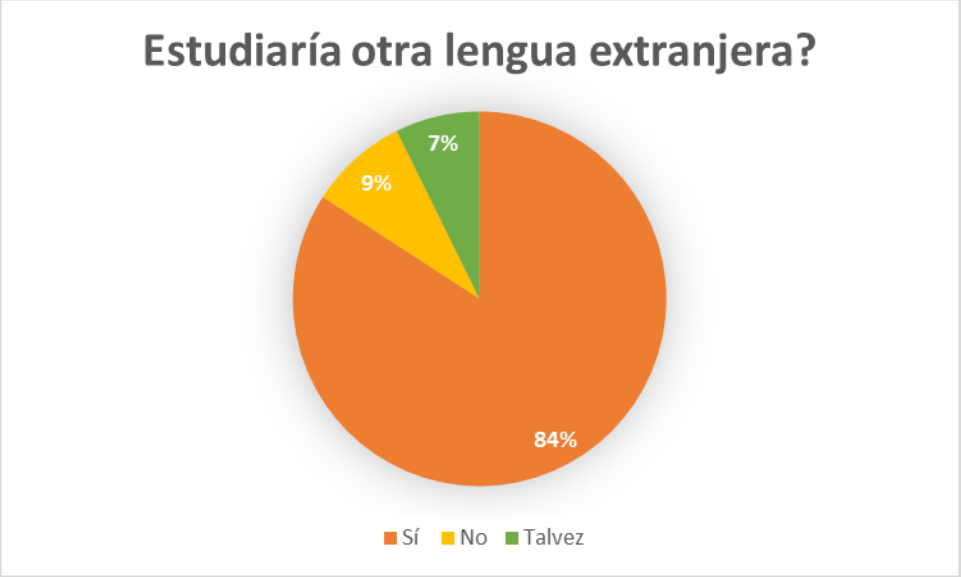
Figura 14: Consideraciones sobre el impacto en cuanto a lo profesional.



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas a estudiantes 2023.

Y es deducible que por estas mismas concepciones respondan de la siguiente manera en cuanto al deseo de tomar estudios de otra lengua extranjera:

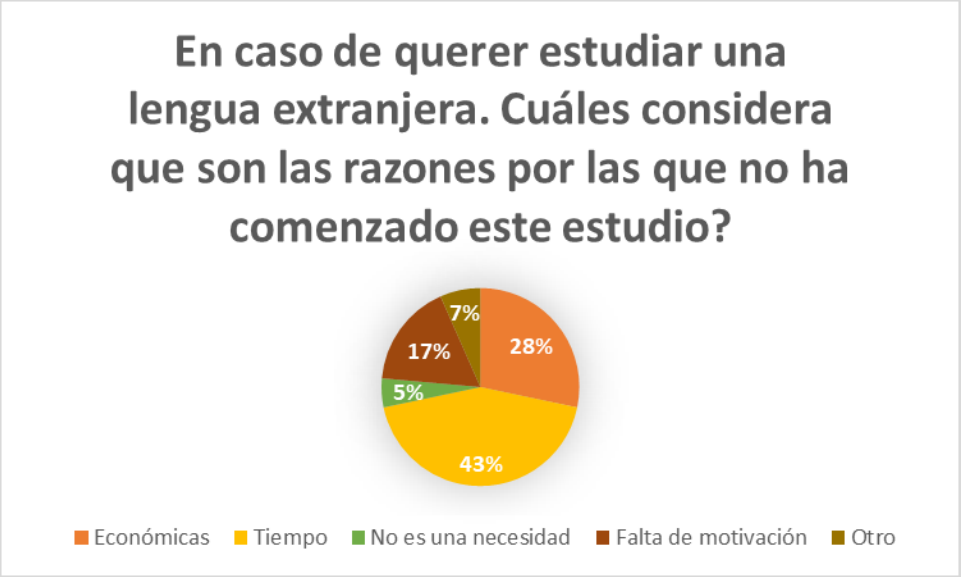
Figura 15: Inclinación hacia otras lenguas extranjeras.



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas a estudiantes 2023.

Es quizá igual de importante poder revisar el siguiente cuadro como una oportunidad para la apertura al diálogo sobre la mejora de oportunidades para estudio de lenguas extranjeras considerando su difícil acceso por los motivos presentados por los encuestados:

Figura 16: Consideraciones sobre los impedimentos para comenzar el estudio de otras lenguas extranjeras.

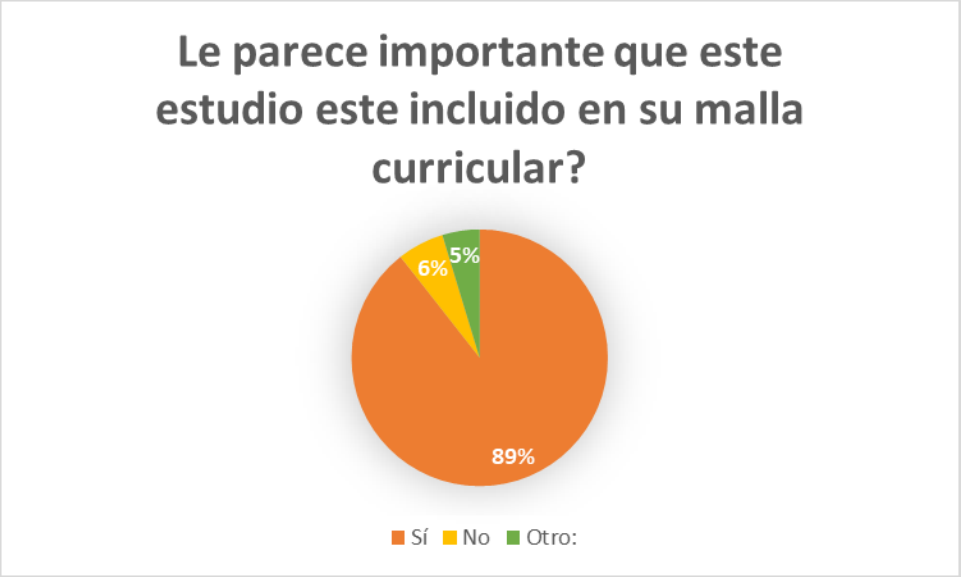


Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas a estudiantes 2023.

Cabe recalcar la posibilidad de presencia de otros factores personales.

Finalmente se revisa el último gráfico tanto como para la mejor comprensión de los requerimientos actuales de los futuros profesionales de las Relaciones Públicas por los cuales han detectado ya la necesidad del estudio de la lengua extranjera como para la oportunidad de profundizar en sus beneficios directamente relacionados con la profesión de los cuales se ha mencionado durante la presente investigación.

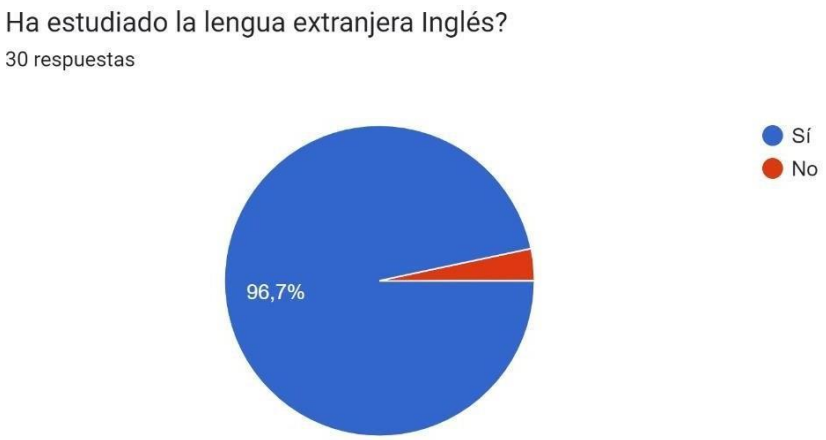
Figura 17: Promedio en cuanto a la pertinencia considerada de la lengua extranjera en la malla curricular.



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas a estudiantes 2023.

Para sostener las respuestas obtenidas por este primer grupo se realizó encuestas a un segundo grupo delimitado por profesionales en las Relaciones Públicas, en estas encuestas se pueden sostener principalmente los siguientes conceptos rescatados por sus respuestas a pesar de ser una muestra corta considerando esto como un representante:

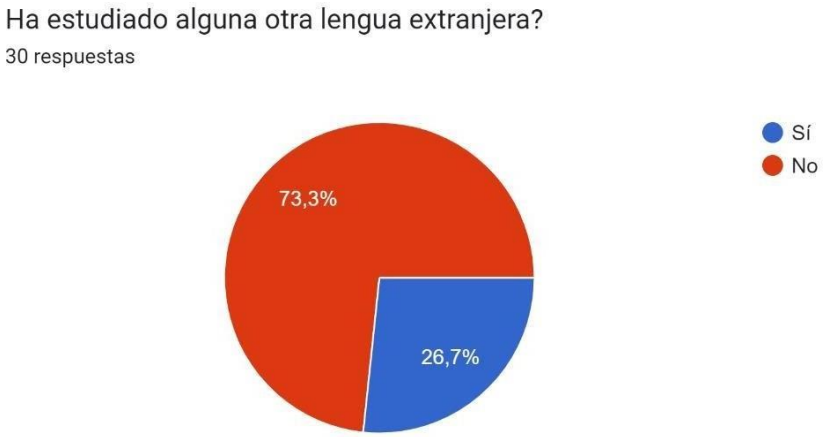
Figura 18: Estudio de la lengua extranjera.



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas a profesionales 2023.

Al igual que el primer grupo la gran mayoría de profesionales licenciados en la Comunicación social y Relaciones Públicas indican haber estudiado la lengua extranjera, es posible considerar que la gran mayoría de los casos se deberán a la obligatoriedad de estudio en las Universidades e Institutos de tercer nivel y tomando en consideración que el haber estudiado la lengua no implica un manejo aceptable de la misma para su uso.

Figura 19: Promedio de estudio de otras lenguas extranjeras fuera del inglés.



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas a profesionales 2023.

En cuanto a otras lenguas extranjeras adicionales al inglés la mayoría indica no haber estudiado ninguna y el porcentaje que indica haber estudiado más adelante detalla el estudio de lenguas entre las que predomina el francés y portugues

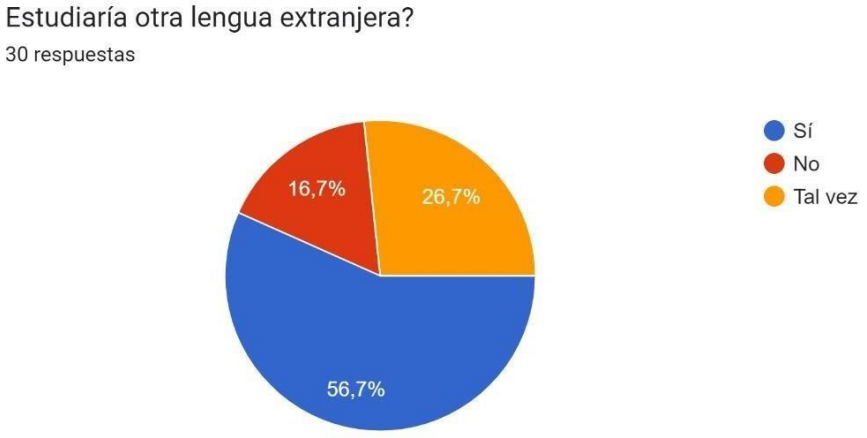
Figura 20:Consideración promedio de si la lengua extranjera tiene impacto en el desarrollo profesional.

Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas a profesionales 2023.

El 75% de los encuestados considera que la lengua extranjera ha tenido impacto en su desarrollo profesional la mayoría situando este impacto en cuanto a las ofertas laborales a las que se tiene acceso, seguido por motivos de tareas detalladas como: manejo de programas, uso de aplicaciones y dispositivos o manejo de redes sociales; y seguido finalmente por motivos relacionados a viajes, oportunidades de viaje, oportunidades laborales en el exterior o acceso a programas relacionados con becas o intercambios para continuar con su educación. Es así que este mismo porcentaje 75.8% sitúa este impacto en una medida media-alta (3-4 en una medición de 1 como más bajo o 5 como más alto en cuanto a medida de impacto).

Como adicional para consideración o referencia en cuanto a los motivos de negligencia en este estudio, poco más de la mitad de encuestados indico que desearía estudiar otra lengua extranjera.

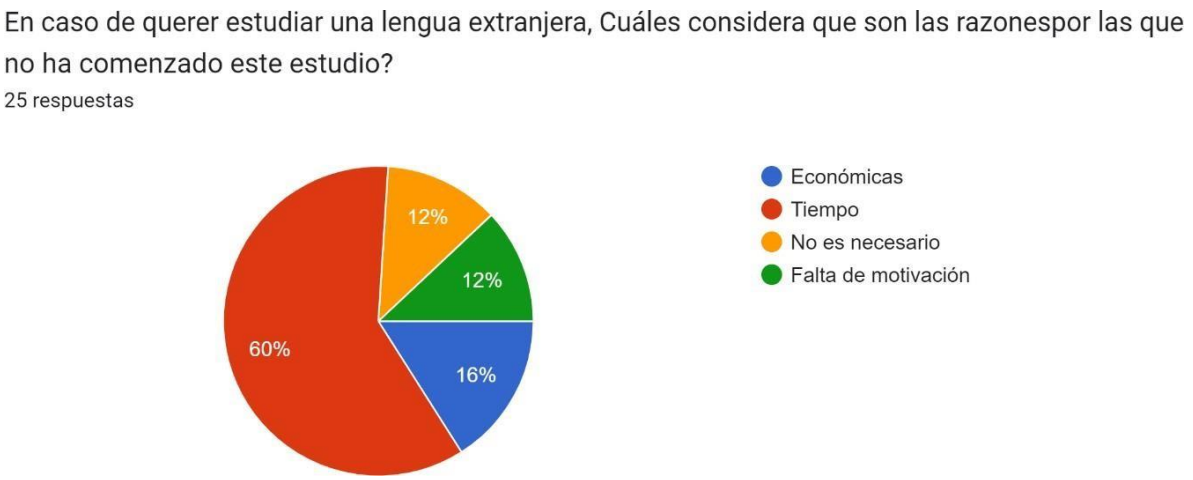
Figura 21: Inclinación hacia el estudio de otra lengua extranjera.



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas a profesionales 2023.

De esta muestra el 60% indica no haber podido comenzar este estudio por razones nuevamente relacionadas al tiempo.

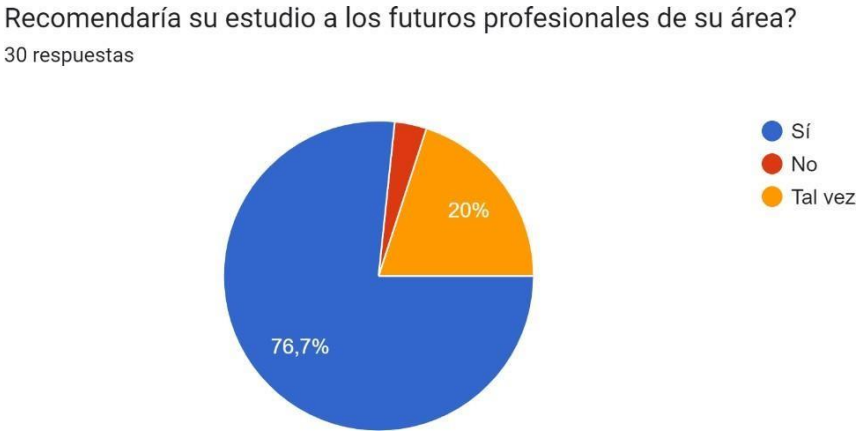
Figura 22: Consideraciones sobre impedimentos para comenzar el estudio.



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas a profesionales 2023.

Finalmente, el 76.7% de los profesionales de las Relaciones Públicas encuestados indican que recomendaría el estudio de la lengua extranjera a los futuros profesionales del área.

Figura 23: Recomendación del estudio a futuros profesionales.



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas a profesionales 2023.

Se considera como justificativo a esta respuesta las indicadas en secciones anteriores como las situaciones en las que ha tenido impacto de gran medida para estos profesionales, e igualmente podemos considerar lo ya revisado en el capítulo anterior sobre las estadísticas en cuanto a los beneficios del inglés en un currículo.

Capítulo 4

Análisis y resultados

Finalmente, una vez revisados los principales temas, definiciones y aspectos principales de estudio de las teorías de comunicación, el perfil profesional del Relacionista Público, el impacto y aspectos socioculturales que envuelven el estudio de las lenguas extranjeras, y la revisión de los resultados de la investigación aplicada, se destacaron los siguientes puntos para continuar con el análisis que responde a las interrogantes de la presente investigación. Es a través de estas revisiones que se dedujo lo postulado en este último capítulo.

4.1 Teorías en las que el idioma tiene mayor relevancia.

Se dice que la comunicación estudia fenómenos sociales, estudia las relaciones personales y los paradigmas que pueden presentar los mensajes, códigos e interpretaciones que rodean todas las interacciones del ser humano.

En cuanto a Relaciones Públicas podemos enfocar estos estudios principalmente a aquellos referentes a las relaciones que tengan audiencias de interés con las empresas, grupos, o individuos que estén del otro lado de la interacción.

En cualquiera de los dos casos, sea desde el foro más amplio de la comunicación o centrado directamente a la práctica de las relaciones públicas, estos fenómenos sociales pueden ser explicados a través de su referencia en el lenguaje, o así lo postula Wittgenstein considerando junto a otros autores de las teorías del lenguaje y perspectivas filosóficas que toda realidad puede ser explicada a través del lenguaje.

El Interaccionismo Simbólico de la Escuela de Chicago, tal como se revisó desde el fundamento teórico en el primer capítulo de la investigación, se pudo analizar desde las premisas

de Blumer (1969) en las cuales se postula que las personas actúan en relación a las cosas a partir del significado que las cosas tienen para ellos.

Al analizar este postulado con visión a las tareas del Relacionista Público considerando entre ellas la gestión de audiencias y de forma más específica el desarrollo de mensajes para sus audiencias se dedujo que la estructura del mensaje que el Relacionista Público empleé tendrá impacto y será favorable para sus intereses únicamente en cuanto el significado sea compartido por el público, es decir lo comprendan como el profesional deseé. Es aquí cuando serefleja la importancia de la lingüística en la teoría ya que, tal como se comprende desde un inicio, el Relacionista Público actual tendrá que desarrollar y gestionar la comunicación de una empresa, organización o imagen pública según su puesto, con audiencias globales, en las que ya no se utilizará únicamente su idioma natal si no en el que necesitará comprender, como mínimo, la lengua aceptada de forma internacional, es decir, el inglés.

Es también de acuerdo a las pautas de esta teoría que se dedujo a partir de la revisión sistemática de todos los fundamentos teóricos (analizados de acuerdo a lo descrito en el primer capítulo) que a pesar de disponer de herramientas tecnológicas que puedan brindar la opción de traducciones, que una traducción será irrelevante ya que únicamente con una traducción directa de un mensaje no se podrá comprender ni el contexto, ni la cultura, ni los significados que la palabra tiene para la audiencia, lo que nuevamente valida la importancia de una correcta interpretación, herramienta esencial para el correcto manejo de la comunicación con audiencias internacionales por parte del nuevo perfil del profesional en Relaciones Públicas.

De igual manera se analizó el mismo postulado a través de la Teoría del Cultivo de Gerbner y Gross (1973) en el cual se puede revisar que la influencia a la que el autor se refiere de la televisión en cuanto a una fuente de la mayor parte de mensajes socialmente compartidos en la actualidad pasa a ser las redes sociales. Como se ha mencionado en capítulos anteriores la evolución de la tecnología y recientes sucesos globales tales como la pandemia causada por

el Coronavirus COVID-19 con comienzos en el año 2020 fueron el punto de aumento exponencial de la presencia de empresas en redes sociales y comercialización global a través de internet según lo cual cualquier empresa, entidad u organización podía estar bajo la mirada de una esfera pública que no se refiere únicamente a una esfera delimitada por su espacio geográfico si no que puede pasar a encontrarse bajo la esfera de nuevas audiencias a nivel global.

Es así que el profesional de las Relaciones Públicas deberá estar capacitado para poder gestionar estas nuevas audiencias considerando también los mensajes socialmente compartidos que las redes sociales ofrezcan a estas audiencias a través de la habilidad de una correcta comprensión de los mensajes, submensajes e intenciones de acuerdo al idioma en el que se puedan presentar, siendo esta principalmente la lengua extranjera inglés, según lo definido en secciones anteriores como lengua franca.

A partir de lo postulado se analizó también el impacto que tendrá la lengua en la Teoría de la Espiral del Silencio de Noelle-Neumann (1974) según el cual se considera la opinión socialmente mayoritaria definida de igual manera por la compartida por una comunidad con mayor presencia en redes sociales desde el cual se podrá conformar esta opinión, con lo cual serecalca nuevamente la importancia de comprender la lengua desde la cual se podrán conformaropiniones que afecten los intereses del profesional según la empresa u organización en la que trabaje pues es tarea del profesional poder analizar los mensajes que puedan impactar a la empresa según la opinión compartida por sus audiencias.

De igual manera se relacionó este último tema con la Teoría de la Agenda Setting de McCombs y Shaw (1972) según la cual los medios de comunicación establecen la lista de temas relevantes, esto nuevamente se ve reflejado en la actualidad a través de las redes sociales y las tendencias usualmente originadas en EE.UU. al tener este una mayor influencia en la cantidad de contenido generado dentro de las redes sociales. Dentro de las tareas del nuevo perfil profesional de las Relaciones Públicas estará el manejo de redes sociales de la empresa u

organización, se dedujo que para un manejo exitoso de las mismas el profesional deberá poder comprender las tendencias, mensajes y temas relevantes, esto únicamente será posible a través del conocimiento de la lengua principalmente utilizada dentro de estos temas, que a partir de lo analizado se concluyó será el inglés. Esto no aísla la importancia e impacto directo de las tendencias locales o revisión de otros mensajes que utilizarán la lengua materna, únicamente resalta la importancia de poder comprender un universo más amplio dentro de las redes sociales para la mejora y gestión óptima en el desempeño de sus tareas.

Se analizaron también las teorías centradas en la comunicación de masas o cultura mediática, tales como la Mediatización de la Cultura de Thompson (1990) o el Estudio de la Cultura Mediática de Douglas Kellner (2011) en las cuales no solamente se enfocan en la tecnología si no en la simbología de los mensajes producidos, transmitidos y recibidos por los medios de comunicación masivos de los cuales ya se ha mencionado, el 80% del contenido se encuentra en inglés, según lo cual se podrá analizar los significados simbólicos de una sociedad desde un punto de partida de comprensión global, en cuanto a imágenes y significados compartidos de forma global, para lo cual el profesional que realice estos análisis necesitará comprender la lengua utilizada.

Se realizó también una revisión de la pertinencia de la lengua de acuerdo a puntos específicos a considerar según la rama en la que se desarrollen las relaciones públicas. En cuanto a la Comunicación Organizacional se consideró la importancia de la lengua en cuanto a la implantación de la imagen de la organización según consideraciones globales. Un profesional que pueda basar sus referencias en organizaciones o empresas internacionales, así como los mensajes que manejan comprendiendo correctamente las estrategias que utilicen para poder aplicarlas en el contexto propio de su organización o empresa tendrá una ventaja sobre uno que se deba limitar a las empresas que se manejen dentro de su lengua materna. Esto no significará

que el profesional que tenga conocimiento de la lengua extranjera se limite a la revisión de referencias únicamente dentro de la lengua extranjera.

4.2 Análisis de la lengua extranjera y la oportunidad de profundizar su investigación.

En este punto se consideró el origen tanto de autores como de las teorías de la Comunicación Social. Al revisar nuevamente las teorías ya definidas en un primer apartado del capítulo se verificó que la mayoría de autores de estas teorías tienen sus inicios en países de habla inglesa, autores como: Edward Bernays, Scott Cutlip, Allen Center, Glen Broom, Denis McQuail, Norman K. Denzin, Herbert Blumer, Harold Lasswell, Elihu Katz, Paul Lazarsfeld, George Gerbner, Larry Gross, Jay Blumler, Michael Gurevitch, Maxwell McCobms, Donald Shaw, Bernard Cohen, Shanto Iyengar, Donald Kinder, Collins y Loftus, Robert Entman, Marshall McLuhan, John B. Thompson, Douglas Kellner, entre otros.

Por otro lado, se encuentran también algunos precursores alemanes como: Elisabeth Noelle-Neumann, Theodor Adorno, Max Horkheimer, Herbert Marcuse, Jurgen Habermas, principalmente parte de la Escuela de Frankfurt, y por supuesto autores hispanohablantes de trabajos de investigación más modernos, sin embargo, como se revisó, los principales precursores han realizado su trabajo en los Estados Unidos, en el idioma inglés.

Los trabajos y obras de investigación de todos estos autores se presentan en variedad de idiomas para su comprensión y estudio global sin embargo, así como se revisó anteriormentela lingüística es uno de los factores más importantes en la Comunicación en el sentido de que esta se verá afectada por muchos factores al momento de brindar un mensaje, igualmente comose indica que un emisor únicamente podrá entregar un mensaje con veracidad en cuanto se ponga al mismo nivel del receptor, esto por lo general significando comprender el contexto y cultura desde la que el receptor comprenderá el mensaje, los emisores de todas las obras mencionadas previamente habrán manejado la redacción, gramática, incluso vocabulario desde

la idea de poder expresarla enviando el imaginario que ellos deseen con todos estos elementos y estructuras, es en el momento en que se realiza la traducción, por más legítima que fuera, que este mensaje se verá distorsionado (en la mayoría de ocasiones de forma muy leve) o parcializado, significando que no tendrá el mismo mensaje, o no estará completo al momento de llegar a su receptor.

De igual manera se abrió la discusión sobre los nuevos mecanismos y herramientas que reemplacen los estudios de la lengua extranjera, habiendo grupos que consideren un traductor en dispositivo electrónico al nivel del conocimiento de la lengua a través del estudio. Es aquí que se refleja la importancia de la diferencia entre traducción e interpretación e incluso la problemática desde la misma denominación del área de estudio de las Relaciones Públicas.

Para comenzar tal como se mencionó junto a la importancia de estudios en semiótica y el interaccionismo simbólico y las teorías de la lingüística, el idioma es deliberado en cuanto adjuntamos palabras o sonidos que no tienen por qué estar directamente relacionadas con objetos, acciones, etc. esto es un acuerdo en común por todos quienes comparten este idioma, es así que la traducción trabaja únicamente desde esta relación entre palabra o sonido de acuerdo a objeto.

La traducción no considera contexto ni cultura, dos elementos imprescindibles dentro de la comunicación efectiva, y es esta traducción sistemática la que conduce y se desarrolla en programas, aplicaciones o búsquedas simples en dispositivos electrónicos.

La interpretación sin embargo sí considera el contexto, considera el mensaje original y su objeto, por su naturaleza no ha sido aún sujeta a alguna herramienta que pueda gestionarla de forma correcta, es por esto que las nuevas tecnologías de traducción no podrán reemplazar a un individuo que conozca dos idiomas y pueda interpretar los mensajes del uno al otro.

Previamente se hizo referencia a la denominación de las Relaciones Públicas como problemática consecuencia de una incorrecta interpretación, tal como se ha mencionado y revisado durante toda la investigación las Relaciones Públicas nacen en un contexto estadounidense como término brindado por Bernays: Public Relations, lo cual si es sujeto a la traducción literal resultará como: Relaciones Públicas, denominación de esta área, sin embargo cuando se revisa únicamente las dos palabras, sin el imaginario ya presente por todos los profesionales del área, Relaciones Públicas desde la lingüística no es una denominación veraz de lo que a este estudio debería representar, una interpretación correcta sería: Relaciones con los Públicos.

Es posible que se consideren estos cambios y pequeñas revisiones como minúsculas o sin importancia, pero la lingüística afecta la comunicación de forma directa, tal como se revisó en varias teorías la lingüística es el mensaje, por lo que una traducción, aún bajo pequeñas fallas puede brindar una comprensión errónea de un mensaje.

Por supuesto se puede solucionar a través de las traducciones o interpretaciones de obras de forma veraz, mejorando a aquellos responsables de estas ediciones, sin embargo, es tal vez lo ideal el disponer de la habilidad para poder revisar de forma personal todas estas obras, obras originales que no hayan sido editadas por otro individuo, para poder analizar desde variosnuevos puntos de vista las ideas presentadas por el autor.

4.3 Puntos en los que se detalla la relevancia de la lengua extranjera en la práctica del profesional.

Para desarrollar este apartado se resaltó nuevamente el aspecto ya mencionado a largo de la investigación sobre la fundamentación teórica de las Relaciones Públicas realizadas de acuerdo a la mejora del profesional sin una gran fundamentación teórica de fondo, postulación según la cual la necesidad de la investigación sobre la actividad profesional es de gran

importancia para desarrollar estudios a profundidad en todos los temas que a la profesión se refieren. Tal como se ha postulado previamente en esta investigación se consideró como una obligación de todos los profesionales en el área, la investigación desde un criterio esencial para la mejora académica de la Comunicación Social y Relaciones Públicas según lo cual el acceso a mayor cantidad de fuentes o a las fuentes originales desde las cuales parte la investigación será un componente de gran relevancia y este acceso se ve directamente delimitado por el conocimiento de la lengua extranjera en la que la mayoría de trabajos se han realizado siendo esta el inglés.

Al centrarse únicamente en las competencias y habilidades de las que el profesional en Relaciones Públicas debe disponer según postulados por profesionales del área se presentan las siguientes que tendrán impacto según la lingüística y el conocimiento de lengua extranjera.

Otero (2009) según lo revisado en el primer capítulo se refiere al conocimiento técnicas avanzadas de comunicación verbal como instrumento para conseguir objetivos relacionales, es con estas consideraciones que podemos analizar también las coincidencias en las encuestas realizadas en la investigación al grupo de futuros profesionales de las Relaciones Públicas en las que detallaron como uno de los principales puntos en cuanto al aspecto en el que consideran que la lengua extranjera inglés pueda tener impacto en su vida profesional el desarrollo de relaciones beneficiarias, es decir relaciones estratégicas para su desarrollo y mejora profesional.

De acuerdo a lo revisado en cuando a las tareas postuladas por Lesly (1981) podemos destacar las siguientes tareas que se podrán ver impactadas según la falta de conocimiento de la lengua extranjera:

- Análisis del clima de valores y normas de los receptores.
- Estudio de la percepción que poseen audiencias sobre la instancia emisora.
- Análisis del estado de opinión del entorno social.

Finalmente, de acuerdo con estadísticas revisadas de manera sistemática en cuanto a las investigaciones cuantitativas dentro del presente estudio, se resaltaron nuevamente el accesoa ofertas laborales con una mirada específica hacia las Relaciones Públicas según las cuales se puede verificar que, según el nivel jerárquico, las ofertas laborales entre las cuales se incluirán las dirigidas al Relacionista Público en las que se demanda el conocimiento de la lengua extranjera constituye el 51.7%. Es decir, un profesional que no tenga el conocimiento de la lengua tendrá acceso a la mitad de las ofertas a las que podría acceder un profesional con conocimiento de la lengua extranjera, se comprende que la obtención del puesto tendrá otras variables tales como aplicabilidad, conveniencia, necesidades económicas, entre otros.

De esta forma se analizó también que el sector en el que más se requiere profesionales con conocimientos de la lengua extranjera será el de telecomunicaciones con 42.4%, por lo cual es pertinente resaltar que este sector no es únicamente al que la mayoría de profesionales se inclinan, de acuerdo con las encuestas realizadas en el presente estudio sería el 26% de los encuestados los que se inclinan hacia las telecomunicaciones, si no que aún aquellos que laboren en un sector que no sea el de telecomunicaciones, a partir de las tareas revisadas en elprimer capítulo, se encargarán de gestiones propias de este sector, o enlazadas con la misma naturaleza de las telecomunicaciones.

En la importancia de la lingüística en la comunicación social y Relaciones Públicas, enfocándonos en la lingüística hacemos referencia comúnmente al estudio de la lengua, del idioma, usualmente separa entre gramática, vocabulario, modismos, lengua escrita y oral, sin embargo, esta debe siempre ir de la mano con la semiótica, el estudio de los significados, símbolos, principalmente para la comunicación social el imaginario colectivo.

A través del lenguaje es posible comprender una cultura, comprender un contexto, todo esto resultando en la posibilidad de una comunicación efectiva en la que el emisor, pueda entregar un mensaje al receptor que pueda ser comprendido con el objetivo correcto al estar este

mensaje pensado y estructurado desde la comprensión del emisor sobre el receptor, la comprensión sobre su contexto socio económico, su nivel de educación, los factores que puedan tener algún impacto sobre su comprensión.

La estructura del mensaje es lingüística, es el estudio de las teorías del lenguaje lo que le brindará al relacionista público una de las herramientas que, según lo considerado en capítulos anteriores, es crucial en su desempeño en el ejercicio de su profesión.

Sin embargo, la lingüística, comprendida únicamente desde la lengua materna limitará la comprensión a partir de la cultura y contexto de esta lengua materna, es el conocimiento de otros idiomas los que presentarán la oportunidad para correcta y verazmente comprender a la lingüística considerando los cambios de estructuras como un objeto de estudio a partir del cual se podrá irrumpir en la cultura como causante, todo esto para tener una comprensión más extensa del imaginario colectivo mencionado previamente, para comprender porque en una cultura prevalecerá la importancia del verbo sobre el sustantivo, innecesario en la oración y como en otra al retirar el sujeto se sostiene otro tiempo verbal.

4.4 Impacto de la lengua extranjera en las Relaciones Públicas Internacionales.

De acuerdo a lo revisado por el presente trabajo se dedujo que la lengua extranjera tiene relevancia en cuanto a la práctica de las Relaciones Públicas Internacionales a partir de dos puntos:

En primera instancia se analizó el impacto de nuevos medios según lo cual las Relaciones Públicas Internacionales pasan de ser exclusivas para organismos gubernamentales, empresas transnacionales o relaciones diplomáticas y se transforman en una gestión fundamental de cualquier empresa al encontrarnos con nuevos medios que tienen nuevas audiencias globales.

Dentro de este nuevo contexto de accionar del relacionista público se consideró de gran pertinencia el conocimiento de la lengua extranjera para que pueda gestionar las relaciones de la empresa, institución o individuo de acuerdo a los intereses del mismo de forma favorable.

Se revisó en un segundo punto que a pesar de que en la actualidad tareas de naturaleza internacional se encuentran en cualquier empresa si esta se encuentra en redes sociales, esto no excluye de la práctica de las Relaciones Públicas Internacionales su aspecto tradicional, es decir, el *lobbing* como punto principal de su gestión.

Se resaltó que el *lobbing* como práctica del relacionista público es uno de los mejores pagados dentro de sus ocupaciones o ramas de acción. Las agencias que gestionan relaciones internacionales, diplomáticas, o de aspecto político, de acuerdo a revisiones recientes, pueden ganar en contratos pactados para implementación de planes que pueden variar entre pocos meses al año, y engrosar valores que comienzan desde los 100.000 dependiendo del contrato.

En el país las cifras de los últimos contratos realizados por los pasados dos mandatorios presidenciales, se detallaron de la siguiente manera:

> “Arnold&Porter subcontrató a FeroxStrategies para que gestione a favor del Ecuador la provisión de servicios legislativos y de políticas públicas, y la representación en asuntos gobierno ante el gobierno federal de los Estados Unidos en nombre de Ecuador y la Argentina. Esta empresa cobra $110.000 por cuatro meses de gestión”. (Villaruel, 2021)

El mismo autor añade en sus informes que “La práctica de contratar publicistas, relacionistas públicos, o de embajadores jubilados del servicio exterior norteamericano para lograr, aunque sean algunos minutos con legisladores, secretarios o autoridades presidenciales, no es nueva.” Y añade el detalle de que “En 2013, Rafael Correa contrató a la empresa de Relaciones Públicas Van Scoyoc Associates con un pago de $600.000 por medio año de gestiones”.

Tal como se detalló, los contratos son tomados de forma internacional, por empresas externas generalmente con sede en Estados Unidos, lo que indica que en el país hay un espacio de apertura para las agencias que realicen las mismas gestiones, las mismas que dependerán enteramente de la habilidad del relacionista público en comunicarse con los públicos de interés, públicos que se comunican en la lengua extranjera inglés.

Conclusiones.

Es a partir de la revisión de teorías, autores, historia de las relaciones públicas tanto como la situación actual de inversión de recursos (económicos, de tiempo, de talento humano) y de ofertas laborales que se distinguen tres puntos importantes en los que la lengua extranjera es una variable relevante en la práctica de las relaciones públicas.

En primera instancia para la investigación. Tal como se revisó en el presente trabajo las relaciones públicas tienen una corta trayectoria, principalmente empírica y con una lucha por ser académicamente especializada, es aquí en donde se discierne la necesidad, con mayor pertinencia que en otras áreas de estudio, de la investigación de las relaciones públicas por todos sus profesionales.

Al verificar en las diferentes teorías, y desde sus comienzos, las relaciones públicas como práctica nacen en el occidente, con la mayoría de sus precursores teniendo orígenes en EE.UU. y es también de sus trabajos de los que se desarrollan muchos otros para la profundización de su estudio, en esta investigación no se pretende negar el trabajo de las traducciones de las obras finales, en la mayoría de ocasiones siendo veraces a los originales, únicamente se sostiene que a pesar de tener traducciones, estas nunca serán completamente ciertas a la obra original, ni darán lugar a la revisión completa de investigaciones y artículos de las que estas se hayan desplegado.

Así mismo se concluye que instrumentos tecnológicos nuevos tienen fallos estructurales que imposibilita su utilidad dentro de las tareas del relacionista público cuando este apunta sus actividades con el conocimiento de la complejidad de la comunicación, la revisión completa y correcta mencionada de investigación y trabajos académicos será posible únicamente a partir del conocimiento de la lengua extranjera en la que estos se desarrollaron así como para el accesoa talleres, conferencias, y cursos especializados que pudieran desarrollarse en otras lenguas

dando una ventaja distinguible entre un profesional que pueda acceder a todas estas oportunidades y uno que no.

En segunda instancia se revisa la pertinencia del manejo de una lengua extranjera en el ejercicio de las Relaciones Públicas considerando al mismo como un enlace entre públicos y organizaciones, empresas, individuos o instituciones, como resultado tanto de la globalización como de la más reciente pandemia global se considera una sociedad mucho más unida, en la que la cantidad de audiencias que el relacionista tendrá que gestionar en sus tareas no solo aumenta si no evoluciona, en el sentido de que un organismo no únicamente labora desde su espacio y contexto físico si no, también en todos ellos que la audiencia requiera, mediante los nuevos medios de comunicación y la web se considera que una empresa puede estar presente en cualquier espacio necesitando de un profesional de las relaciones públicas que desarrolle sus tareas con audiencias que no se comuniquen en su idioma a partir de sus habilidades. Esto presenta la necesidad de conocer, como mínimo, la lengua internacionalmente aceptada como común, es decir, el inglés.

En tercera instancia se verifica la pertinencia del manejo de la lengua extranjera desde el punto de vista de selección de talento humano como aspecto esencial para los futuros profesionales de las relaciones públicas en el cual se puede verificar tanto la pertinencia del manejo como variable de ventaja al aplicar para un puesto de trabajo, siendo las ofertas laborales preferentes a aquellos con el estudio de una lengua extranjera esencialmente en áreas relacionadas con alta gerencia o con atención al cliente, en cuyo caso a pesar de que el relacionista público no este directamente posicionado en estas dos áreas su perfil es considerado a trabajar con ambas de forma estrecha por lo que se considera tanto en la una como en la otra al momento de su selección laboral y se verifica también en una comparativa con el estudio incluido dentro de su formación la relevancia de consideraciones de los mejores programas en los que está incluido el estudio de la lengua extranjera.

Finalmente en cuanto a la pertinencia del conocimiento de la lengua extranjera con mirada a las Relaciones Públicas Internacionales se visualiza la posibilidad de establecer y ampliar el área a través de agencias que gestionen sus actividades dentro del país considerando que las contratadas generalmente son empresas externas, esta realidad tiene posibilidad a cambio en cuanto los profesionales que vayan a gestionar las actividades relacionadas a las Relaciones Públicas Internacionales, tareas de *lobbing*, relacionamiento, protocolo, planificación, entre otras; tengan el conocimiento esencial de la lengua extranjera para gestión de los públicos.

Recomendaciones:

En base a las conclusiones y a lo revisado durante la investigación se presentan las siguientes recomendaciones:

La mejora en los programas de estudio de Comunicación en las Universidades o Institutos de Estudio Superior con mirada hacia la implantación del estudio de la lengua extranjera inglés con un objetivo de certificación B2 como nivel obtenido por sus estudiantes.

Realización de investigaciones actualizadas dentro de las universidades acerca de la eficacia del programa de estudio actual ya que se encuentran falencias dentro de los programas de educación de lengua extranjera actuales que son percibidos con poca accesibilidad por parte de los estudiantes.

Realización de investigaciones locales sobre el acceso a oportunidades laborales de acuerdo al nivel de conocimiento de lengua extranjera tomando como variable la profesión para la profundización de la investigación presente.

Referencias

Aguilera Eguía, R. (2014). *¿Revisión sistemática, revisión narrativa o meta análisis?* Revista de la Sociedad Española del Dolor, 21(6), 359-360.

Álvarez Gálvez, J. (2009) *La representación mediática de la inmigración. Entre el encuadre y el estigma*. Revista Migraciones Internacionales. Ministerio de Trabajo e Inmigración.

Aróstegui, J. L., & Rodríguez, J. B. M. (2008). *Globalización, posmodernidad y educación.* (Vol. 26). Ediciones Akal.

Barquero, J. D. (2008). *El libro de oro de las relaciones públicas y el marketing: "Think tank" en acción para mantener y obtener nuevos clientes.* Grupo Planeta (GBS).

Barrero, A y Palacios J. (2015) *Reflexiones sobre el papel del comunicador social y competencias del comunicador en las organizaciones.* Poliantea, pg 197-221

Barrezueta Pico, V. (2011). *Mesocurrículo de la Carrera de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas, 2011-2012.* Material impreso, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Benavides Campos, J., Vargas Hernández, D. E., Bacca Marín, E., Villegas Uribe, E., & Toro Villegas, N. (2009). *Cuadernos de Comunicación.* No. 3.

Bernays, E. L. (1990). *Los Años últimos: radiografía de las relaciones públicas: 1956-1986.* Promociones y publicaciones universitarias.

Binda, N. U., & Balbastre-Benavent, F. (2013). *Investigación cuantitativa e investigación cualitativa: buscando las ventajas de las diferentes metodologías de investigación.* Revista de Ciencias económicas, 31(2), 179-187.

Castillo Esparcia, A. (2010). *Introducción a las relaciones públicas.* España, Instituto de Investigación en Relaciones Públicas (IIRP).

Costa, J. (2009a). *El DirCom hoy: dirección y gestión de la comunicación en la nueva economía.* Barcelona

Costa, J. (2009b). *Comprender la complejidad. En J. Costa, DirCom: estratega de la complejidad.* Nuevos paradigmas para la dirección de la comunicación (pp. 29-40). Barcelona

Cutlip, S. M., Center, A. H., Broom, G. M., & Xifra, J. (2001). *Relaciones públicas eficaces.*

D'Adamo, O.; García Beaudoux, V.; y Freidenberg, F. (2007) *Medios de Comunicación y Opinión Pública.* Madrid: McGraw Hill.

Education First, *Indice de nivel de Inglés.* Education First (2011), <http://www.ef.com.es/sitecore/ /~/media/efcom/epi/pdf/EFEPI-2011-Spain.pdf>.)

Entman, R. (1993) *Framing: Toward a clarification of a fractured paradigm, Journal of Communication.* vol. 43, nº 3, 1993, 51-58.

Escuela Politécnica Superior del Litoral (2023). *Malla Curricular Comunicación.* http://www.mallacurricular.espol.edu.ec/Malla/Imagen?codCarrera=LILCS

España Chavarría, C. (2010). *The English Language in University Curriculum: Importance, Challenges and Achievements.* Revista Electrónica Educare, 14(2), 63-69. https://doi.org/10.15359/ree.14-2.4

Gerbner, G. (1973) *Medios de comunicación de masa y teoría de la comunicación humana. En Teoría de la Comunicación Humana: Ensayos originales.* Dance, Frank E. X.; Compilador, Ediciones Troquel. Buenos Aires. Pág 65.

Ghauri, P. & Gronhaug, K. (2010). *Research Methods in Business Studies.* Prentice hall, Harlow (Essex)

Gil Aladren (2018) *La importancia del idioma Inglés en el mercado laboral actual.* Zaragoza. https://zaguan.unizar.es/record/85963/files/TAZ-TFG-2018-4395.pdf

Gill, J. & Johnson P. (2010). *Research Methods for Managers.* Cuarta edición. SAGE Publications. Londres.

Grunig, J. E. (2000). *Collectivism, collaboration, and societal corporatism as core professional values in public relations.* Journal of public relations research, 12(1), 23-48.

Guerrero, G. L. (2004). *La educación en el contexto de la globalización.* Revista historia de la educación latinoamericana, 6(6), 343-354.

Habermas, J. 1987b. *Teoría de la acción comunicativa. Volumen 1: Racionalidad de la acción y racionalización social.* Taurus, Madrid, 1987.

Informe Infoempleo Adecco, 2015. *Oferta y demanda de empleo en España.*

Iyengar, S. & Kinder, D. (1987) *News that matters: Agenda-Setting and priming in a television age.* Chicago: University of Chicago Press.

Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955) *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communication.* Glencoe, IL: Free Press.

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974) *Utilization of mass communication by the individual.* In J. G. Blumler, & E. Katz (Eds.) *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research.* (pp. 19-32). Beverly Hills: Sage

Kellner, D. (2011). *Cultura mediática: estudios culturales, identidad y política entre lo moderno y lo posmoderno.* Madrid: Ediciones Akal, S.A.

Lesly, P., & de Sampedro, F. D. (1981). *Nuevo manual de relaciones públicas.*

Mancusi Trinchero, Leonardo. (2015). *De las incumbencias a las competencias del relacionista público: el perfil profesional del Siglo XXI..* 10.13140/RG.2.1.2719.9766.

Manucci, M. (2007a). *Comunicación estratégica integral.* Signo y Pensamiento.

Manucci, M. (2007b). *Prepararse para lo desconocido: cómo desplegar el futuro cambiando el presente.* Signo y Pensamiento.

Martín, F. (1998). *Comunicación empresarial e institucional.* Madrid, Universitas.

Martín, F. A. (2011). *La encuesta: una perspectiva general metodológica* (Vol. 35). CIS.

McQuail, D. (2005). *McQuails´s mass communication theory* (5ta. ed.). London: Sage publications.

McQuail, D. (2000). *Mass Communication Theory* (4th ed.). London: Sage.

McCombs, M., & Shaw, D.L. (1972) *The agenda-setting function of the mass media.* Public Opinion Quarterly, 36, 176-185.

Ministerio de Educación, *Acuerdo Ministerial 0052-14* (Quito, 2014). Edición electrónica.

Noelle-Neumann, E. (1974) *The spiral of silence: a theory of public opinion.* Journal of Communication, 24, 43-51.

Noguera, M. V. (1991). *Participación, comunicación y organización.* Signo y Pensamiento, 10(19), 21-32.

Pacheco, R. (2005). *Competencias claves para la comunicación organizacional.* Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación.

Peña, V. (1998). *La imagen narrativa y nuevas tecnologías.* Málaga: Servicio de publicaciones de la Universidad de Málaga.

Peña, V. (2019). *Enseñanza del inglés como lengua extranjera y desarrollo de competencias lingüísticas.* Quito.

Pontificia Universidad Católica del Ecuador (2023). *Malla Curricular Comunicación.* https://www.puce.edu.ec/comunicacion/

Rojas, L. B. P. (2008). *Aportes del estructuralismo a la identificación del objeto de estudio de la comunicación.* Razón y palabra, (63).

Rodríguez, G., Gil, J. y García, E. (1999). Metodología de la investigación cualitativa (2da. edición). Málaga: Aljibe.

Scheufele, D. (1999) *Framing as a theory of media effects.* Journal of Communication, 49(1), 103-122.

Sierra Caballero, F. (2011). *Teoría crítica y comunicología. El legado de la escuela de Frankfurt.* Constelaciones: Revista de Teoría Crítica, 3, 349-356.

Sriramesh, K. (2008). *Globalization and Public Relations.* In: Zerfass, A., van Ruler, B., Sriramesh, K. (eds) Public Relations Research. VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Tankard, J. (2001) *The empirical approach to the study of media framing.* Lawrence Erlbaum Associates.

Thompson, J. B. (1990). *El concepto de cultura. Ideología y cultura moderna.* Teoría.

Universidad del Azuay (s.f.). *Malla Curricular Comunicación.* Rescatado Enero, 2023 de https://www.uazuay.edu.ec/estudios-de-grado/carreras/comunicacion

Universidad de las Américas (s.f.). *Malla Curricular Comunicación.* Rescatado Enero, 2023 de https://academico.udla.edu.ec/mallas/report/UDLA1P574

Universidad Católica de Cuenca (s.f.). *Malla Curricular Periodismo.* Rescatado Enero, 2023 de https://www.ucacue.edu.ec/pregrado/unidad-academica-de-ciencias-sociales/carrera-de-periodismo/

Universidad Central del Ecuador (s.f.). *Malla Curricular Comunicación.* Rescatado Enero, 2023 de https://www.uce.edu.ec/web/facso

Universidad de Cuenca (s.f.). *Malla Curricular Comunicación.* Rescatado Enero, 2023 de https://www.ucuenca.edu.ec/filosofia/carreras/carrera-de-ciencias-de-la-comunicacion-social-en-periodismo-y-comunicacion-digital

Universidad San Francisco de Quito (s.f.). *Malla Curricular Comunicación.* Rescatado Enero, 2023 de https://www.usfq.edu.ec/es/carreras-de-pregrado/comunicacion

Universidad Técnica Particular de Loja (s.f.). *Malla Curricular Comunicación.* Rescatado Enero, 2023 de https://www.utpl.edu.ec/carreras/comunicacion

Velasco, M. L. Y. P., & Martínez, M. (2017). Muestreo probabilístico y no probabilístico. Licenciatura en Ciencias Empresariales, 1-14.

Villaruel, M. (2021) “Ecuador gestiona sus relaciones internacionales a través de empresas de Relaciones Públicas”. Rupturas.

Anexos

Cuestionarios para la realización de las encuestas establecidas como método de investigación en el proyecto de titulación:

Encuesta de investigación para el proyecto de titulación: “Análisis de la Relevancia del Conocimiento de la Lengua Extranjera Inglés, en la Práctica de las Relaciones Públicas en Cuenca” (Grupo objetivo - Estudiantes)

1. Edad:
2. Género:
3. Puesto al que aspira en el ámbito laboral:
4. ¿Ha estudiado la lengua extranjera inglés en algún nivel de su educación?

Sí_____ No_____

5. ¿Durante cuánto tiempo ha estudiado esta lengua?

- Menos de 1 año
- Entre 1 a 3 años
- Entre 3 a 7 años
- Más de 7 años
- Otro: _____

6. ¿En qué lugar realizó sus estudios?

- Escuela
- Casa
- Curso Online
- Colegio
- Institución Privada
- Universidad

- Otro: _____

7. ¿Cuál considera que es su nivel de inglés?

- Básico (Conozco algunas palabras y frases y puedo entender información esencial)
- Intermedio (Puedo entablar una conversación)
- Avanzado (Puedo entender documentos, investigaciones y puedo escribir documentos largos)
- Fluido (Comprendo sin dificultad el idioma y puedo entablar una conversación sin dificultad)
- Otros: _____

8. ¿Ha estudiado alguna otra lengua extranjera?

Sí_____No_____Otro:_____

9. En caso de haber estudiado una lengua extranjera diferente al inglés, ¿Qué lengua extranjera ha estudiado?

_____

10. ¿Considera que su conocimiento de una lengua extranjera ha tenido algún impacto en su desempeño estudiantil?

Sí_____ No_____ Otro:_____

11. En caso de considerar que ha impactado su vida estudiantil. ¿En qué medida consideraría su impacto? 1 = No me impacto en casi nada, no fue importante. 5 = Tuvo mucha importancia.

1 2 3 4 5

12. ¿De qué forma considera que la lengua extranjera ha impactado en su vida?

_____

_____

_____

13. ¿Considera que su conocimiento de una o más lenguas extranjeras pueden tener algún impacto en su vida profesional?

Sí_____ No_____ Otro_____

14. ¿Qué impacto considera que pueden tener?

_____

_____

_____

15. ¿Estudiaría otra lengua extranjera?

_____

16. En caso de querer estudiar una lengua extranjera, ¿Cuáles considera que son las razones por las que no ha comenzado este estudio?

- Económicas
- Tiempo
- No es una necesidad
- Falta de motivación
- Otro: _____

17. ¿Le parece importante que este estudio este incluido en su malla curricular?

Sí_____ No_____ Otro_____

18. En caso de no querer estudiar una lengua extranjera como parte de los estudios de su carrera. ¿Cuáles considera sus principales razones?

- Tiempo
- Profesores
- Nivel de dificultad
- Otro: _____

Encuesta de investigación para el proyecto de titulación: “Análisis de la Relevancia del

Conocimiento de la Lengua Extranjera Inglés, en la Práctica de las Relaciones Públicas en Cuenca”

(Grupo objetivo - Profesionales)

1. Edad:

2. Género:

3. ¿Ha estudiado la lengua extranjera inglés en algún nivel de su educación?

Sí_____ No_____

4. ¿Ha estudiado alguna otra lengua extranjera?

Sí_____No_____Otro:_____

5. En caso de haber estudiado una lengua extranjera diferente al inglés, ¿Qué lengua extranjera ha estudiado?

_____

6. ¿Considera que su conocimiento de una lengua extranjera ha tenido algún impacto en su desarrollo profesional?

Sí_____ No_____ Otro:_____

7. En caso de considerar que ha impactado su vida profesional. ¿En qué medida consideraría su impacto? 1 = No me impacto en casi nada, no fue importante. 5 = Tuvo mucha importancia.

1 2 3 4 5

8. ¿De qué forma considera que la lengua extranjera ha impactado en su vida?

_____

_____

_____

9. ¿Estudiaría otra lengua extranjera?

_____

10. En caso de querer estudiar una lengua extranjera, ¿Cuáles considera que son las razones por las que no ha comenzado este estudio?

- Económicas
- Tiempo
- No es una necesidad
- Falta de motivación
- Otro: _____

11. ¿Recomendaría su estudio a los futuros profesionales de su área?

Sí_____ No_____ Otro_____