

Conectando Personas: Comprendiendo al Individuo para Relaciones Públicas Empáticas

Ciencias Sociales y Humanas | Comunicación | Aprendizaje Basado en Problemas

Descripción

Este plan de clase está diseñado para que los estudiantes universitarios de la asignatura de Comunicación comprendan la importancia de analizar los perfiles psicológicos y de comportamiento de los públicos objetivos en el contexto de las relaciones públicas. A través de metodologías activas, especialmente el Aprendizaje Basado en Problemas, los estudiantes aprenderán a adaptar estrategias de comunicación de manera empática, mejorando la efectividad de la comunicación empresarial.

El aprendizaje se enfoca en la identificación de características individuales y grupales que influyen en la recepción del mensaje, fomentando un pensamiento crítico y una sensibilidad hacia las necesidades y motivaciones del público. Este contenido es relevante porque en el mundo profesional actual, la comunicación personalizada y estratégica es clave para construir relaciones sólidas y de confianza entre empresas y sus audiencias.

El plan conecta con la vida real de los estudiantes al relacionar conceptos teóricos con situaciones concretas del ámbito laboral y social, preparándolos para enfrentar retos comunicativos reales con un enfoque empático y profesional.

Objetivos de Aprendizaje

- Analizar los perfiles psicológicos y de comportamiento de diferentes públicos objetivos para identificar sus necesidades y motivaciones.
- Evaluar estrategias de comunicación existentes para detectar áreas de mejora desde la perspectiva empática.
- Diseñar propuestas de comunicación adaptadas a los perfiles identificados, promoviendo la empatía y efectividad en las relaciones públicas.

Recursos Necesarios

- Proyector y computadora con acceso a internet para presentación y videos (1 unidad).
- Material impreso: casos de estudio breves sobre públicos objetivos (1 por estudiante).
- Hojas y marcadores para lluvia de ideas y mapas mentales (suficiente para grupos de 4 estudiantes).
- Plataforma digital para colaboración en línea (ejemplo: Google Docs o Padlet).
- Videos cortos sobre perfiles psicológicos y comunicación empática (2 videos, 5 minutos cada uno).
- Rúbricas impresas para evaluación formativa y coevaluación (1 por estudiante).

Requisitos Previos

- Conocimientos básicos de teorías de la comunicación y conceptos fundamentales de psicología social.
- Habilidades para el trabajo colaborativo y análisis crítico.
- Experiencia previa en análisis de casos o situaciones comunicativas.

Actividades

Fase de Inicio

Tiempo estimado: 40 minutos

Propósito de la sesión

Docente: Explica a los estudiantes que la sesión se centrará en comprender los diferentes perfiles psicológicos y comportamentales de los públicos para mejorar la comunicación empresarial con un enfoque empático. Destaca la importancia de esta habilidad para profesionales de la comunicación.

Activación de conocimientos previos

Docente: Presenta un caso breve real (impreso o proyectado) donde una empresa tuvo problemas de comunicación por no considerar el perfil de su público objetivo.

- **Instrucción:** "Lean este caso por 5 minutos y reflexionen en parejas sobre qué aspectos del público objetivo no fueron considerados adecuadamente y cómo afectó esto la comunicación."
- **Estudiantes:** Trabajan en parejas para identificar y anotar los elementos clave del perfil psicológico y comportamental omitidos.

Motivación y enganche

Docente: Comparte un dato curioso: "Según estudios recientes, el 70% de las campañas de relaciones públicas fallan por no adaptar el mensaje al perfil psicológico del público. ¿Cómo creen que esto afecta la percepción de una marca?"

Estudiantes: Responden brevemente en plenaria, generando un debate inicial sobre la relevancia del tema.

Contextualización

Docente: Relaciona el caso y la discusión con situaciones cotidianas donde ellos mismos han recibido mensajes poco adecuados a sus intereses o emociones, haciendo la conexión con su rol futuro como comunicadores.

Fase de Desarrollo

Tiempo estimado: 160 minutos

Presentación del contenido

Docente: Introduce brevemente conceptos clave sobre perfiles psicológicos (tipos de personalidad, motivaciones, actitudes) y comportamiento del público objetivo, apoyándose en dos videos cortos de 5 minutos cada uno. No es una

exposición magistral, sino una breve introducción para fundamentar el trabajo práctico.

Actividad 1: Análisis de perfil psicológico y comportamiento

- **Objetivo:** Analizar los perfiles psicológicos y de comportamiento de un público objetivo específico.
- **Instrucciones:**
 - Divide a los estudiantes en grupos de 4.
 - Entrega a cada grupo un caso de estudio impreso con descripción de un público objetivo (ej. jóvenes universitarios, adultos mayores, consumidores tecnológicos, etc.).
 - Indica: "Lean el caso y analicen el perfil psicológico y de comportamiento del público objetivo, identificando características como motivaciones, intereses, valores y posibles barreras para la comunicación."
 - Solicita que elaboren un mapa mental en papel o digital que refleje este análisis.
- **Organización:** Grupos de 4 estudiantes.
- **Producto:** Mapa mental con perfil psicológico y de comportamiento del público.
- **Tiempo:** 60 minutos.
- **Rol docente:** Circular entre grupos, haciendo preguntas guía como: "¿Qué emociones predominan en este público? ¿Cómo influye su comportamiento en la recepción del mensaje? ¿Qué factores externos podrían afectar su respuesta?"

Actividad 2: Evaluación crítica de estrategias de comunicación

- **Objetivo:** Evaluar estrategias de comunicación para detectar áreas de mejora desde la perspectiva empática.
- **Instrucciones:**
 - Proporciona a cada grupo ejemplos breves de estrategias comunicativas usadas en el caso entregado (piezas publicitarias, mensajes en redes sociales, comunicados).
 - Solicita que identifiquen elementos que no se alinean con el perfil psicológico analizado y propongan ajustes para mejorar la empatía en el mensaje.
 - Luego, cada grupo prepara una breve presentación oral de 5 minutos con sus hallazgos y propuestas.
- **Organización:** Grupos de 4 estudiantes.
- **Producto:** Presentación oral y lista de recomendaciones para adaptar la comunicación.
- **Tiempo:** 60 minutos.
- **Rol docente:** Facilita la discusión, fomenta la argumentación y hace preguntas como: "¿Cómo afecta el tono del mensaje a la percepción del público? ¿Qué emociones busca generar la estrategia? ¿Cómo podrían hacerlo más empático?"

Actividad 3: Diseño colaborativo de propuesta empática

- **Objetivo:** Diseñar propuestas de comunicación adaptadas a los perfiles identificados, promoviendo la empatía y efectividad.

- **Instrucciones:**

- En los mismos grupos, piden que diseñen una propuesta concreta de comunicación para el público objetivo, integrando los ajustes discutidos.
- Esta propuesta debe incluir: mensaje principal, canales de comunicación, tono y elementos que evidencien empatía hacia el público.
- Usan recursos digitales o papel para apoyar su diseño.
- Finalizan con un breve resumen escrito que justifique las elecciones hechas.

- **Organización:** Grupos de 4 estudiantes.

- **Producto:** Propuesta escrita y visual para una estrategia comunicativa empática.

- **Tiempo:** 40 minutos.

- **Rol docente:** Observa los procesos creativos y motiva a integrar aprendizajes previos, pregunta: "¿Cómo refleja esta propuesta el perfil del público? ¿Qué elementos garantizan que la comunicación sea empática?"

Diferenciación

- **Estudiantes que terminan antes:** Invitar a profundizar en características psicológicas específicas o investigar ejemplos reales de campañas empáticas y compartir en el grupo.
- **Estudiantes que requieren apoyo:** Proporcionar guías estructuradas y ejemplos claros para ayudar en el análisis y diseño, además de facilitar tutorías breves durante las actividades grupales.

Transiciones

Después de cada actividad, el docente hace una breve síntesis de 3 minutos resaltando cómo el producto generado conecta con la siguiente actividad, enfatizando el proceso de análisis, evaluación y diseño empático.

Fase de Cierre

Tiempo estimado: 40 minutos

Síntesis

Docente: Solicita que cada grupo construya un mapa mental colectivo en la pizarra o plataforma digital con los puntos clave aprendidos sobre los perfiles psicológicos, la evaluación crítica y las estrategias empáticas.

Estudiantes: Participan activamente agrupando ideas y conceptos en un esquema visual que sintetiza el aprendizaje de la sesión.

Reflexión metacognitiva

Docente: Plantea las siguientes preguntas para que los estudiantes respondan por escrito en un "ticket de salida":

- ¿Cómo cambió tu comprensión sobre la importancia del perfil psicológico en las relaciones públicas?
- ¿Qué estrategias te parecen más efectivas para comunicar empatía hacia un público específico?
- ¿En qué aspectos crees que debes mejorar para aplicar estos conocimientos en el futuro?

Retroalimentación

Docente: Ofrece comentarios inmediatos durante la síntesis y revisión de mapas mentales, destacando aportes sólidos y sugiriendo mejoras, además de leer algunas respuestas del ticket para orientar el cierre.

Transferencia

Docente: Conecta el aprendizaje con próximas sesiones o prácticas profesionales, señalando que la empatía en comunicación es fundamental en cualquier ámbito laboral y social.

Tarea o reto

Docente: Propone que cada estudiante identifique un mensaje de comunicación en su entorno cotidiano (publicidad, redes sociales, anuncios) y realice un breve análisis crítico sobre su adecuación al perfil psicológico del público, preparando un pequeño informe para la siguiente clase.

Evaluación

Tipo de evaluación: Formativa durante el Desarrollo (observación directa, coevaluación y retroalimentación) y sumativa en el Cierre (evaluación del mapa mental colectivo y respuestas del ticket de salida).

Criterios de evaluación:

- Capacidad para identificar y analizar perfiles psicológicos y de comportamiento (vinculado al objetivo 1).
- Habilidad para evaluar críticamente estrategias de comunicación desde una perspectiva empática (vinculado al objetivo 2).
- Creatividad y pertinencia en el diseño de propuestas comunicativas adaptadas y empáticas (vinculado al objetivo 3).

Instrumentos sugeridos: Rúbrica para evaluar mapas mentales y propuestas, lista de cotejo para participación en actividades grupales, observación directa en presentaciones, y autoevaluación mediante las respuestas del ticket de salida.

Evidencias de aprendizaje: Mapas mentales elaborados, presentaciones orales, propuestas escritas de comunicación empática, y respuestas de reflexión metacognitiva.

Enriquecimientos

Inicio - Contextualizar

Contextualización para la fase de inicio

En la era digital y globalizada en la que vivimos, la comunicación no solo se limita a transmitir información, sino que se ha convertido en un puente fundamental para construir relaciones auténticas y significativas. Como estudiantes universitarios, diariamente interactúan con diferentes grupos: compañeros de clase, profesores, familiares, amigos, y también con comunidades en línea que reflejan una gran diversidad de intereses, valores y emociones.

En este contexto, comprender quiénes somos y cómo se comportan las personas a nuestro alrededor se vuelve crucial para establecer conexiones efectivas y empáticas. Por ejemplo, ¿alguna vez han pensado por qué un mensaje que para ustedes resulta claro y motivador puede ser malinterpretado o ignorado por otro grupo? ¿O cómo las marcas y empresas logran captar su atención y fidelidad adaptando sus mensajes a lo que realmente sienten y necesitan?

Actualmente, las organizaciones enfrentan el reto de conectar con públicos cada vez más diversos y exigentes. Estudios recientes muestran que el 70% de los consumidores prefieren empresas que demuestran una comunicación auténtica y empática, ajustada a sus perfiles emocionales y psicológicos. Esto evidencia la importancia de no solo conocer al público desde un punto de vista superficial, sino de analizar profundamente sus características para diseñar estrategias de comunicación que realmente resuenen con ellos.

Durante esta sesión, exploraremos juntos cómo analizar los perfiles psicológicos y comportamentales de diferentes públicos objetivos, para que puedan aplicar este conocimiento en la creación de mensajes y estrategias comunicativas que generen un impacto positivo y auténtico. Este aprendizaje no solo es vital para su desarrollo profesional en relaciones públicas, sino también para mejorar sus habilidades de interacción personal y social.

Los invito a abrirse a la reflexión y a la empatía, porque entender al otro es el primer paso para conectar de manera genuina. Al hacerlo, no solo mejorarán sus competencias profesionales, sino que también enriquecerán sus relaciones cotidianas, construyendo puentes que trascienden las palabras.