

CURRÍCULUM DE LOS CANDIDATOS

Francisco Campos Freire es periodista, catedrático y profesor de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Santiago de Compostela. Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, Doctor por la Universidad de Santiago de Compostela. Es también MBA en Dirección y Gestión de Empresas Industriales y de Servicios. Forma parte del Grupo de Investigación de Novos Medios de la Universidad de Santiago y de la Red Internacional de Investigación de Gestión de la Comunicación (XESCOM).

Francisco Javier Paniagua Rojano. Profesor Titular en el Departamento de Periodismo de la Universidad de Málaga. Cuenta con dos sexenios de investigación (CNEAI) y uno de Transferencia del Conocimiento. Licenciado (1996) y Doctor (2004) en Ciencias de la Información por la Universidad de Málaga, ha participado en diferentes proyectos de investigación sobre Comunicación y Periodismo. Participa como docente en varios másteres relacionados con la Comunicación Política e Institucional. Ha trabajado como DIRCOM en la Federación Andaluza de Municipios y Provincias y como Director de Secretariado de Comunicación en la Universidad Internacional.

PROPUESTAS

En el próximo congreso que se celebrará en octubre, en Valencia, se presenta esta candidatura, que propone al profesor de la Universidad de Santiago de Compostela, Francisco Campos Freire, como director; y al profesor de la Universidad de Málaga, Francisco Javier Paniagua Rojano, como coordinador de la sección “Comunicación estratégica y organizacional y relaciones públicas” para los próximos cuatro años.

Esta candidatura, avalada por casi el 50% de los inscritos de la sección, a través de correo electrónico y/o WhatsApp, con la idea de continuar con el trabajo iniciado, pero también con nuevos retos, que se presentan a continuación:

1. **Revisar y actualizar los diferentes descriptores de la sección**, una vez constituida la sección de Publicidad y puesto en marcha el Grupo de Trabajo de Comunicación Política. Igualmente, en este trabajo se deben tener en cuenta los cambios que se han producido en la sociedad en los últimos años y los diferentes planes estratégicos de I+d aprobados -o pendiente de aprobación- por el Gobierno y las Comunidades Autónomas
2. **Dar una mayor visibilidad de la investigación sobre la comunicación en las organizaciones y las relaciones públicas** en los medios de comunicación, en revistas de divulgación y en las redes sociales genéricas y especializadas
3. **Fortalecer la relación y los encuentros con profesionales de los sectores de la comunicación corporativa y las relaciones públicas.** En este sentido, se propone la celebración de una conferencia -y debate- online al semestre con directivos de agencias de comunicación y de relaciones públicas y de departamentos de comunicación para reflexionar sobre las tendencias en el sector y buscar puntos de conexión con la investigación académica.
4. **Incentivar acuerdos de colaboración con asociaciones y colectivos profesionales y académicos que trabajen en la comunicación en las organizaciones y las relaciones públicas.**
5. **Incentivar el intercambio de experiencias entre doctorandos que trabajan en temas de interés** y relacionados con la investigación que se realiza en la sección. Se propone la puesta en marcha de un plan de asesoramiento online a doctorandos y estudiantes de másteres relacionados con la temática de la sección. Este asesoramiento se podría realizar en modo online, y para ello se creará un comité de socios del área, para coordinar con la dirección de la sección, la celebración de un

encuentro al semestre, y un espacio dedicado a estos perfiles en las jornadas de la sección.

6. **Crear en la página web de la AEIC, el apartado de la sección, un espacio dedicado a las publicaciones de los investigadores** inscritos en esta, que podría ser un enlace al perfil de Google Scholar, ORCID o Dialnet -se puede acorar la mejor opción en la asamblea de Valencia-
7. **Fomentar la realización de publicaciones y las investigaciones entre investigadores de la sección de diferentes universidades.** En este sentido, en las IV Jornadas sobre comunicación estratégica y relaciones públicas, cuya sede se anunciará en el congreso de Valencia, en octubre, se presentará el primer libro monográfico con contenidos de interés y de actualidad sobre la sección.
8. **Crear un observatorio sobre investigación en comunicación en las organizaciones, comunicación política y relaciones públicas** y elaborar un mapa de los diferentes grupos de investigación sobre el área en España y compartir las convocatorias tanto públicas como privadas de becas, estancias y proyectos relacionados con temas de la sección
9. **Compartir entre los socios la oferta de títulos de posgrados, cursos y encuentros relacionados con la sección y que organice alguna de las personas que pertenecen a la misma.**
10. **Proponer la organización de un curso de verano anual sobre un tema de actualidad relacionado con la comunicación organizacional y las relaciones públicas** en alguna de las universidades que programan este tipo de encuentro en España. Para ello, los socios podrán realizar propuestas y desde la sección se trabajará en sumar apoyos, en la difusión.