

04-12-08

Entrevistados: Lic. José Luis Arata – Lic. Manuel Libenson
Universidad Argentina de la Empresa

GS: Están con nosotros los Licenciados Manuel Libenson y José Luis Arata de UADE.

ML: Qué tal Gerardo, cómo estás?

GS: Bien Manuel, muchas gracias.

ML: Muchas gracias por la invitación. Es un placer estar acá, realmente.

GS: Y ya se está cumpliendo un poco el objetivo que teníamos cuando pensamos en el programa, que es formar un espacio, así tipo mesa de café donde podamos charlar de todos los temas que están relacionados con nuestra profesión y creo que cuando se presenta un programa como éste, donde hablamos recién con Juan José Larrea o como lo haremos con ustedes, siento como que se está cumpliendo este objetivo. Los había invitado para que charlemos sobre el 5º Encuentro de Graduados, que la UADE los hace habitualmente.

ML: Sí, exacto. Todos los años hacemos un encuentro de graduados, en este caso la idea era una vez más generar un vínculo con el egresado a partir de las innovaciones que está desarrollando la carrera, que son muchas, orientadas a la calidad, la legitimación de la carrera en sí, a través de la investigación, de la participación en eventos internacionales, ese tipo de cuestiones.

GS: Claro, no es que ya se recibió y desaparece.

ML: Exacto. La idea es mantener un vínculo con el graduado de modo tal de generar pertenencia y además porque genera una acción conjunta que es muy interesante, porque se pueden producir propuestas materiales, abordajes diferentes a partir de esta relación con el graduado que es muy importante.

GS: Y ya promociones hay 43, este año sale la 44 y el año que viene la 45. Después vamos a hablar de los 45 años de UADE. Y una de las actividades que se realizó en este 5º Encuentro fue hablar sobre las conclusiones de la PRSA. Yo digo PRSA que parece muy conocida, pero esto es radio, tenemos que decir un poco lo que quiere decir PRSA y luego las conclusiones.

ML: La PRSA es la Asociación Profesional que nuclea a los profesionales de Relaciones Públicas en Estados Unidos, sería como el equivalente nuestro del Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la Argentina, pero en Estados Unidos y es la asociación profesional más grande del mundo, aproximadamente son 38.000 miembros que la componen y todos los años organizan un encuentro del que participan aproximadamente el diez por ciento

de sus miembros, que son 3.500, 3.600 asistentes, lo cual es un evento de magnitud muy importante para la profesión

GS: Vieron qué bien balanceado que está este programa, primero habló Juan José sobre el tema comunicación de Latinoamérica y ahora en la segunda entrevista con comunicaciones en Estados Unidos., que no deja de ser interesante porque la cantidad de miembros que tiene ya habla de la importancia de la Institución.

ML: Sí, en cantidad de miembros y en el impacto que produce en muchas ramas de nuestra profesión es una de las más importantes del mundo y la de mayor magnitud.

GS: Y UADE envió representantes?

ML: Sí, en realidad para participar como académico en ese evento hay que enviar una ponencia y debe ser aprobada, del mismo modo que los expositores de las áreas empresariales, lo que pasa es que este evento da un espacio muy importante a las áreas académicas y al área del mercado y trata de generar esta vinculación, de modo que el representante que estuvo allí fue el Director de la Carrera que es el Magister Marcelo Baró, que presentó su ponencia acerca del nuevo plan de Relaciones Públicas innovando a través de un enfoque por competencias. Fue a hablar de educación en Relaciones Públicas en la Argentina.

GS: Ya lo había hecho en nuestro programa. Tuvo la deferencia de venir aquí y contarnos, creo que fue sobre el comienzo del año lectivo, nos hablaba justamente de todas las modificaciones que había hecho UADE en el dictado de la carrera. Y por UADE entonces concurrió Marcelo Baró.

ML: Por UADE fue Marcelo Baró al encuentro de la Public Relations Society of America, cuya abreviatura es la PRSA y su exposición tuvo muy buena repercusión. Como dijo José, allí hubo 3.500 asistentes y había más de cien seminarios organizados, que rondaban acerca de estrategias innovadoras, tácticas efectivas, conexión profesional, práctica profesional, que está absolutamente enfocado actualmente el tema de Relaciones Públicas en Estados Unidos al fund raising, a la responsabilidad social, a la Social PR, como la llaman ellos

JA: Hubo un canal fuerte también de nuevas tecnologías, o sea se cubrieron con las tendencias más innovadoras de la profesión. Había distintos canales que cubrían estos aspectos.

GS: Y en qué ciudad se hizo?

ML: Se hizo en Detroit

GS: Hace pocos meses

ML: Exacto. Y por otro lado, también participé en un evento internacional, que es de la Semiotic Society of America, que es la Asociación de Semiótica, donde también presenté un trabajo sobre la práctica de Relaciones Públicas pero desde un enfoque discursivo, porque responde a mi especialidad de postgrado y demás, pero la idea nuestra en la carrera no es solamente aprender a ejercer la profesión, sino que también se cultive este criterio crítico para poder transformar las prácticas, para poder innovar.

GS: Y tienen algún dato que haya mencionado Marcelo, en cuanto a novedad?

ML : En Estados Unidos hablaron de los dos temas de ese momento, las elecciones y la crisis financiera y justamente como uno de los temas tenía que ver con las Relaciones Públicas aplicadas a lo social y recaudación de fondos, muchas ponencias y trabajos hablaron de cómo desde el aspecto comunicacional paliar algunos efectos que necesariamente va a tener la crisis, como empresas que donaban millones de dólares hoy no existen más como Lemman Brothers. Otras empresas están haciendo recorte de personal, con lo cual también tiene un impacto directo en estos planes de responsabilidad social y cómo trabajar desde la comunicación para entender lo que estaba pasando y para paliar los efectos de esa crisis a nivel social, a nivel Relaciones Públicas, relaciones con la comunidad y demás.

GS: Y lo mismo vale también para un candidato presencial, el apoyo de las Relaciones Públicas, no sólo que tiene que ver con su discurso sino también con su imagen personal.

ML: Sí. Ahí también se habló mucho en la PRSA de todo el tema de facebook, linkedin, twitter , que es otra red social

JA: Las redes sociales como utilizaban los personajes y las personalidades, las redes sociales para llegar a sus públicos o audiencias.

ML: Y se mencionó también el tema de second life, que es este programa de realidad virtual, que en realidad no es virtual porque uno aún interactúa del otro lado de la pantalla. UADE también tiene su campus, también trata de innovar desde el punto de vista tecnológico, pero también son fenómenos que hace falta estudiar, que se requiere un mayor conocimiento para poder entender cómo funcionan. Muchas veces nos vemos encandilados por el fenómeno tecnológico y sin embargo no lo podemos entender.

GS: Hablemos ahora sobre los cuarenta y cinco años de UADE, que el año próximo cumple cuarenta y cinco años que se dicta la Carrera de Relaciones Públicas.

JA: Para nosotros es muy importante por dos motivos, primero porque son los cuarenta y cinco años de la carrera de grado y en segunda instancia es porque

la Universidad fue la primera que institucionalizó la carrera en el país, por lo cual es un acontecimiento de mucha importancia.

GS: Siguió después Kennedy, que este año cumplió los cuarenta y la tercera que me parece que fue Morón. Tienen conocimiento ustedes que ya tengan alguna actividad prevista para...

ML: En realidad uno de los tópicos del encuentro de graduados era vincular a los graduados con este acontecimiento y seguramente se van a organizar una serie de actividades, con fuerte presencia de la cuestión académica y de la trayectoria de nuestra carrera, pero los preparativos y los festejos todavía están en plena fase de preparación.

GS: Lo que veo con satisfacción es que cada vez hay más licenciados de UADE en las noticias sobre cubrimiento de puestos de Relaciones Públicas, cosa que hace unos años no sucedía. Está bien que la carrera tiene más años y que tiene una mayor cantidad de alumnos, pero la mayoría son de UADE y es bueno que vayamos ocupando los espacios que nos corresponden, que generalmente estaban ocupados por otras ramas de la comunicación. La página de UADE, por si alguien quiere interiorizarse un poco de los planes de estudio?

ML: La página web de UADE es www.uade.edu.ar, ahí ellos eligen la carrera y automáticamente aparece el plan de estudios, cuál es el enfoque, cuáles son las aptitudes y las competencias que ellos logran después de haber cursado la carrera.

GS: Yo les agradezco y como dijimos también anteriormente, las dos preguntas finales son sobre formación y desarrollo de cada uno de ustedes. Yo los presenté como licenciados de UADE nada más para que ustedes nos lo cuenten.

ML: Yo egresé en el año 97 de un colegio técnico que es la ORT como técnico en medios de comunicación, comencé a estudiar en la UADE en el 99 y egresé en el 2002 como Licenciado en Relaciones Públicas y ya hace dos años que curso en la Universidad de Buenos Aires una Maestría en Análisis del Discurso en la Facultad de Filosofía y Letras. Pero lo interesante fue que en el 99 cuando comienzo la facultad, ya me vinculo con Ketchum y comienzo una pasantía y luego me integro como asistente, ejecutivo, ejecutivo senior y así estuve cinco años trabajando en Ketchum con Gustavo Averbuj. Luego me independizo y comienzo a trabajar en forma independiente con líneas aéreas, que actualmente continúo trabajando con Air Canada, con Lufthansa, con Star Alliance y a partir de ahí me empecé a vincular por un lado con mi parte profesional, con clientes, fundamentalmente del área de turismo y la gastronomía, actualmente trabajó básicamente en esos dos sectores y hace dos años que estoy trabajando en la Universidad como docente y como investigador.

GS: En la parte laboral, como consultoría?

ML: Sí, consultoría independiente, que no es exactamente una gran consultora, sino que somos tres profesionales independientes con especialidades diferentes que brindamos asesoramiento y por supuesto que mi mayor cantidad de horas están dedicadas a UADE, a la investigación, al mejoramiento de la carrera, pero básicamente estoy con una pata en lo académico y una pata en lo profesional.

GS: En este momento estás haciendo docencia?

ML: Sí, docencia e investigación. Dicto Públicos Externos, que es de tercer año y hago un taller de auditoría de imagen. Y además doy Teoría de la Comunicación II, que es semiótica, como un área de especialidad.

GS: Y estás también integrando el Departamento de Investigación?

ML: Yo pertenezco al Área de Comunicación de la Facultad y junto con José Luis integramos y formamos un taller de Investigación en Relaciones Públicas, que en este momento estamos trabajando en la diversidad sociocultural y las Relaciones Públicas, cómo se integran en los planes de comunicación la cuestión de particularidades étnicas, sociales, culturales, etc.

GS: Y cómo funciona este taller?

ML: Funciona con sesiones que son netamente de lectura y escritura, que trabajamos en conjunto con José Luis debatiendo temas, relevando papers y por otro lado tenemos una parte del trabajo con alumnos, que está más vinculado con la divulgación y transferencia del nuevo conocimiento. Lo que está faltando aún es el trabajo de campo, es decir salir y hacer un estudio de caso con una organización de gran envergadura para extraer conclusiones y poder contribuir, porque la idea de la investigación es que pueda contribuir al desarrollo de planes de comunicación que contemplen estas variables. Porque en Estados Unidos y en Europa el tema de la diversidad está en boga, está de moda, es de lo que se habla hoy en Relaciones Públicas, vienen los planes de diversidad para ser aplicados aquí en las sucursales locales y cuál es el problema, es que allá está dado a partir de que hay negros, hay persas, hay latinos, tenemos que comunicar con distintos códigos culturales, acá las diferenciaciones van más por el lado social, antes que étnico. Cómo se aplican estos planes? Esto es lo que hablaba un poco el invitado anterior, esto de adaptar las políticas de comunicación extranjeras a los contextos locales. Bueno el tema de la diversidad es concretamente un punto que estamos trabajando con José que tiene que ver con esto.

GS: Y para participar del taller tienen que ser alumnos?

ML: Pueden ser alumnos o graduados, o interesados en investigar. Tratamos de aplicar la metodología del análisis científico, más allá de que las Relaciones

Públicas no estén catalogadas como ciencia, pero de alguna manera le imprimimos esa rigurosidad.

GS: Clarísimo. Muchas gracias. Bueno José Luis te sacó parte del speech tuyo.

JA: Yo también soy graduado en Relaciones Públicas por UADE, hice un curso de postgrado en la Universidad de Belgrano, en Imagen Corporativa y mi desempeño como profesional fue en ONG's, luego estuve trabajando en la parte de Relaciones Públicas en una empresa de cruceros, en España. Cuando volví me dedique de lleno al área académica y de investigación.

GS: Pero era mucho más divertido el área de comunicación de cruceros que el área de investigación de la UADE.

JA: Yo siempre dije que dejé la princesa por el amor de mi vida. Y actualmente estoy desempeñando, somos coequipers en toda esta tarea, las materias que yo dicto están justamente en los extremos, Introducción a las Relaciones Públicas, en los umbrales de la carrera y Teoría de las Relaciones Públicas, que es una materia nueva, del plan nuevo y Planificación de las Relaciones Públicas, que es la materia donde hacen el trabajo final de carrera, en cuarto año, con la que muchos se reciben. Ese es mi área más fuerte dentro de la carrera.

GS: Y toda la parte de investigación ya la contó Manuel. Yo les agradezco nuevamente la presencia y también les digo que cuando tengan algo que comunicar este micrófono está abierto para ustedes.

ML: Gerardo muchísimas gracias y desde ya que cuando requieras o necesites de UADE para cualquier tipo de acción, podés contar con nosotros.

JA: Muchas gracias.

GS: No, gracias a ustedes.