

O8-05-08

Entrevistada: Lic. Paola Lattuada
Coordinadora de Área Proyecto de Graduación – Facultad
de Diseño y Comunicación Universidad de Palermo

GS: Ya está con nosotros la Lic. Paola Lattuada, que es Licenciada en Relaciones Públicas y Docente de la Universidad de Palermo .Hola Paola, buenas tardes.

PL: Buenas tardes, cómo estás?.

GS: Muy bien, muchas gracias por la visita y por acceder a esta entrevista.

PL: Gracias por la invitación.

GS: En estas entrevistas generalmente charlamos con gerentes de departamentos de Relaciones Públicas de empresas, con titulares de consultoras, con representantes de universidades que dictan la carrera de Relaciones Públicas y la primera pregunta que queremos hacerte es desde qué año se dicta en Palermo la Carrera de Relaciones Públicas?

PL: Hace doce años. Desde 1995.

GS: O sea que ya hay varias camadas de egresados.

PL: Ya hay varias camadas y egresados que están trabajando en Relaciones Públicas.

GS: Y la pregunta más directa sería, si yo quiero estudiar Relaciones Públicas, por qué tengo que ir a la Universidad de Palermo.

PL: Hay un par de cuestiones básicas para resaltar. La Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo tiene una propuesta en relación a la carrera de Relaciones Públicas que es diferenciadora del resto. Esto viene dado porque es una Facultad que plantea la imagen corporativa como un todo complejo, en forma global, en el que confluyen diversas profesiones, que sería como el marco. En este marco que es la base de la Facultad, la carrera de Relaciones Públicas adquiere un valor diferencial bastante relevante y se diferencia de las propuestas más tradicionales, es decir que el abordaje de la imagen y de las comunicaciones en todas las diversas dimensiones que ambas adquieren, le otorga un valor agregado bastante importante y a la vez la diferencia claramente de las propuestas de las viejas escuelas de Relaciones Públicas, donde la formación está mucho más ligada a los libros y menos a la práctica. Eso por un lado, por otro lado es el proyecto pedagógico que tenemos en la Facultad. Es un proyecto muy innovador y se basa en tres pilares. El primero tiene que ver con la mirada académica, La mirada de la Facultad de Diseño y Comunicación está puesta en esta calidad académica, por un grupo

de profesores que todos están en la práctica profesional, con cursos reducidos de alumnos, estamos hablando de veinte o veinticinco alumnos. Por ejemplo, yo estoy trabajando este cuatrimestre con dieciséis, el año pasado tuve un curso de doce alumnos. Es fantástico poder trabajar con grupo tan reducido. Esa es una característica. La segunda, podemos estar hablando de currículum por proyecto. Es un modelo, es un esquema en el que la cursada de cada cuatrimestre se estructura en base a la realización de proyectos profesionales, en todas las carreras. Este es un proyecto pedagógico de la Facultad. Entonces a lo largo de la cursada, mientras el alumno va incorporando teoría, va aplicando en el desarrollo de proyectos esa teoría. Cada materia culmina necesariamente en una producción que es un proyecto. Cada materia termina con un proyecto, con la puesta en práctica de lo que alumno estuvo aprendiendo. Para los que trabajamos en el aula es realmente enriquecedor, porque tenés la oportunidad de lo que ves de manera abstracta en el libro, poder articularlo en la práctica. Digo realmente enriquecedor porque ahí trabajás, en nuestra profesión, en las Relaciones Públicas, necesariamente tenés que experimentar lo que es el análisis, la reflexión, el diagnóstico, la creatividad en una propuesta y que esa propuesta tenga que ver con los objetivos que te pide la organización, la institución o la empresa. Al poder hacer esta práctica profesional, los alumnos logran articular esto. También desde el lado del trabajo en el aula es muy enriquecedor y para los estudiantes es una demanda muy exigente, les demanda compromiso, porque cada materia termina en un proyecto. Después los proyectos se exponen, adquieren visibilidad, hay ciclos, hay concursos, hay publicaciones, todo esto se comunica y ellos van armando su propio porfolio con el que luego salen al mercado con trabajos, con producciones concretas realizadas, que es una instancia de simulación profesional y a ellos les significa un antecedente. Es la segunda característica. La tercera es la flexibilidad del plan de estudios, que contempla un número de materias, pero hay un número de esas materias que son electivas, el estudiante tiene la posibilidad, de acuerdo con sus intereses, de tomar esas electivas siguiendo un perfil determinado, casi una especialización. Y ahí ya tiene claro especializarse en un área, elige todas las materias en ese perfil y el mismo estudiante sale especializado. Esto posibilita un paso más. Nosotros tenemos carreras como Organizador de Eventos, que es una carrera corta, de dos años. La mayoría de los estudiantes de Relaciones Públicas vienen de eventos. Hacen Eventos y luego siguen para hacer Relaciones Públicas. El plan de estudios te permite articular carreras técnicas con licenciaturas.

GS: Esa visión global que tiene el alumno le permite, por ejemplo, si ingresa a una empresa nueva y le dicen tenemos que hacer el manual de identidad visual, no lo toma por sorpresa.

PL: Porque ya debe de haber tenido una práctica. Por lo menos lo pensó, quizás no lo eligió, porque después en la elección del tema, todos eligen según sus intereses, pero lo tuvo que haber trabajado en algún plan de comunicación. Todo lo que incluye la gestión, en cada materia se pone en práctica.

GS: Y con respecto a las prácticas extracurriculares?

PL: Hay un sinnúmero de prácticas extracurriculares. Yo los invito a que entren a la web que es www.palermo.edu está la Facultad de Diseño y Comunicación y ahí podrán ver que hay muchas actividades. Yo siempre les digo a los estudiantes que está en la actitud que cada uno tenga de estar viendo que hay para poder sumar. Por un lado se pueden hacer visitas a consultoras, todo lo que la Facultad llama trabajo de campo. Por otro lado tenemos actividades que está vinculadas algunas con la comunidad, otras con el mundo empresarial, permanentemente hay conferencias, workshops, seminarios, jornadas, talleres, la oferta es grande, que es lo que complementa. Ahí es la actitud del alumno, porque también de eso depende el éxito profesional del mañana. Por ejemplo, te nombro dos, en abril hubo uno que se llama Fashion Lab, que vinculó lo que es la gestión de prensa con moda. Está muy bien para los que quieren incursionar en ese ámbito. Ahora a mediados de mayo hay uno que se llama Prensa Gourmet.

GS: Fashion Lab lo hicieron con Daniel Colombo?

PL: No, Daniel Colombo también participa, pero en ésta específicamente no. Se que está Ana Torrejón, Carmen Acevedo Díaz, Marcelo Setton y Gabriela Setton, Gabriel Rocca, varios referentes del mercado. Ahora en mayo Prensa Gourmet vincula periodistas gastronómicos, viene Dereck Foster, Fanny Polimeni, todos los que estamos en el ambiente conocemos esos nombres, así que es una oportunidad para los chicos. Después tenemos desde hace diez años, las Jornadas del Premio Eikon con revista Imagen, que son imperdibles para los que están estudiando Relaciones Públicas. Son dos días donde se exponen los casos exitosos y van los gerentes de las áreas y las consultoras que generaron esos casos a exponerlos a los estudiantes. Después trabajamos con esos casos en las aulas. También hay publicaciones, concursos. Ahora se está implementando un concurso de proyectos profesionales. Se eligen los mejores, se publican, se los premia, realmente es interesante la participación que tienen.

GS: Y hablando de Eikon, ahora los chicos pueden participar en los Eikon Juniors

PL: Exactamente. Los Eikon también se van actualizando con las categorías según lo demanda el mercado y eso está muy bien.

GS: Yo no se si vos querés agregar algo más con respecto a la universidad o algo que pueda ser de interés para los chicos que nos están escuchando.

PL: Hay un tema que es casi como una primicia, porque vamos a estar presentando en un mes, más o menos una publicación temática en Relaciones Públicas en la Facultad. La Facultad edita desde hace ocho años una serie que se llaman Cuadernos de la Facultad que tiene una temática específica. Ahora estamos presentado una de Relaciones Públicas y lo interesante es que están

participando ocho referentes muy importantes del mercado, están escribiendo, por ejemplo, Hernán Maurette de Metrogas sobre asuntos públicos, Fernando Arango de Mastercard sobre reputación, sobre la medición de la reputación y el nuevo desafío.

GS: Apuntando más hacia el marketing, no?

PL: En realidad, estamos tratando de cubrir las distintas perspectivas y las distintas gestiones. Yo estoy escribiendo sobre responsabilidad social empresaria, Carlos Castro Zuñiga está escribiendo sobre opinión pública, Hernán Stella, que ahora está en la gestión del gobierno, está escribiendo sobre comunicación de crisis. Pretendemos como esclarecer un poco cada gestión, dar un marco teórico desde la experiencia del profesional. Marisa Cuervo sobre comunicación interna, Patricia Lurkovich sobre comunicaciones en las pymes y me falta Daniel Scheinsohn sobre comunicación estratégica. Es buen team.

GS: Hace mucho que no lo veo a Daniel. El otro día buscando un libro encontré uno de los de él y recordaba que hace mucho que no lo veo.

PL: Lo podés invitar, seguro que él tiene novedades para contar.

GS: Es un especialista en buscar temas nuevos en teoría.

PL: Yo siempre digo que Daniel tiene su mérito y aparte en bibliografía en la Argentina no tenemos. Yo lo uso a Daniel en las cursadas y los chicos lo estudian y es muy claro, tiene ese mérito.

GS: Paola, cuando nosotros entrevistamos a alguien le hacemos las dos últimas preguntas, una sobre formación y la otra sobre tu puesto actual y anteriores.

PL: Mi formación fue en la UADE, hice la Licenciatura en Relaciones Públicas, todos los egresados de ahí tenemos nuestro corazoncito y todos los que estamos en estos momentos en el mercado mayormente hemos egresado del ámbito universitario privado. Luego hice un postgrado en capacitación y desarrollo de recursos humanos, porque estaba muy interesada en todo lo que es comunicación interna y en ese momento tampoco tenía muy claro para donde iba a ir mi perfil. Después hice un Master en Comunicación Institucional en la UCES, cuando se estrenó el Master de la UCES, es allí donde uno termina de integrar toda la gestión.

GS: Con el sello Borrini.

PL: Con el sello Borrini, exactamente. Hice además muchos cursos y especializaciones, y la práctica también me ha llevado a la responsabilidad social empresaria y a la comunicación de crisis.

Con relación a la práctica, mirando retrospectivamente y en quince años de carrera hay como dos grandes momentos. El de la consultoría, que es bueno recomendarlo para los estudiantes. Si se puede empezar por la consultoría es un buen training, yo no lo planifiqué, pero si lo tuviera que volver a hacer lo haría igual. Fueron los seis primeros años donde trabajé y empecé desde abajo. Los chicos que están en el último año de la carrera tienen la ansiedad de cómo van a armar esa carrera profesional y por otro lado escuchás a los colegas de las consultoras que no encuentran gente, permanentemente te lo dicen, entonces hay una decisión al principio que es empezar por las posiciones más bajas y aprender. Asistente de Cuentas, Ejecutivo de Cuentas, Director de Cuentas, Director Asociado de Cuentas, yo pasé por todo eso y ahí aprendí la profesión. Luego de la consultoría, trabajé en compañías internacionales, primero en Ceteco S.A. era el nombre comercial, un holding holandés que ya no está más en la Argentina, en ese momento tenía la licencia de la marca Ventura, la cadena de electrodomésticos. Estoy hablando de los años 97, 98 cuando tuvo un desarrollo muy grande y se pasó del concepto de locales pequeños a megalocales y servicio postventa, que era absolutamente novedoso, como Responsable de Prensa y Relaciones Públicas. Trabajé en el lanzamiento de los locales del interior y tuve la oportunidad de viajar por todo el país, conociendo los medios y los mercados locales. Además de la prensa hice responsabilidad social empresaria, que en ese momento era relaciones con la comunidad, también relaciones con autoridades municipales y en comunicación interna generando programas de comunicación interna y editando herramientas de comunicación. Luego estuve, a partir del 99 en Burger King por seis años, Burger es propiedad de Fast Food Sudamericana. Empecé como responsable de Prensa y Relaciones Públicas y tuve una muy buena oportunidad porque armé el Departamento. La empresa había tercerizado siempre el servicio en consultoras, desde este momento está Edelman, que la contraté a través de un concurso después de una crisis de fast food. Actualmente siguen conservando la cuenta y trabajando muy bien. Estuve con Diego Paolini que viene desde el comienzo de Burger en el área de operaciones, de donde dependen todos los restaurantes, que también estudió Relaciones Públicas. Fue muy interesante armar los programas de comunicación externa e interna, mucho de relaciones con la comunidad, mucho fogueo de prensa que te deja preparado para cualquier otra cosa. Por el número de clientes, por el tránsito, por el alimento, por todos los issues que dan vueltas en el mundo, por la evolución del sector mismo y de los consumidores te foguea para todo. Ahí tuve una interesante experiencia. Cuando me fui era Jefe de Prensa y Relaciones Públicas para Argentina, Chile y Paraguay. Fue muy interesante por el modelo de trabajo de Estados Unidos y la bajada de línea desde Europa, había una Dirección de Comunicación en Londres y conformábamos un equipo pequeño de doce personas en el mundo, teníamos un conference call mensualmente con intercambio de datos y eso desde la práctica profesional es realmente interesante. Luego trabajé con unos proyectos independientes.

GS: Y ahora estás abocada totalmente a la docencia.

GA: No, lo mío es la práctica profesional. Me reconozco principalmente como profesional de Relaciones Públicas. Yo entré a la Facultad de Diseño y Comunicación a trabajar en proyectos que tengan que ver con la comunicación, pero lo mío es la práctica profesional, sí a la docencia, desde el 2005, pero la medida justa mía es uno o dos cursos por cuatrimestre. También me interesa trabajar con la Universidad de Puerto Rico, donde gané un concurso y contrataron dos veces más. Trabajar en educación superior en la zona del Caribe donde se llama comunicación empresaria y preparar capacitación para profesionales y profesores en una Universidad que es un Estado asociado a EE.UU. formalmente, es interesante trabajar en un programa de capacitación allí.

GS: Muy interesante. Te agradecemos nuevamente la visita, estamos a disposición de ustedes cuando tengan alguna información sobre la universidad, esperamos novedades sobre el libro.

PL: Sí, te vamos a estar contactando y también estamos a tu disposición para cuando necesites alguna información y gracias por la invitación.

GS: Gracias a vos. Hasta luego.