

17-07-08

**Entrevistados: Alejandra Brandolini, Presidente de AB Comunicaciones –
Gustavo Averbuj, CEO de Ketchum Argentina**

GS: Quiero agradecer la presencia en el estudio de dos figuras importantes de nuestra profesión. Están con nosotros Alejandra Brandolini que es la presidente de AB Comunicaciones y Gustavo Averbuj, que es el CEO de Ketchum Argentina. Ellos además de sus tareas habituales, le han destinado mucho de su tiempo para realizar una verdadera acción de responsabilidad social. Ellos integran la Comisión de Consultoras del Consejo Profesional de Relaciones Públicas que organizó la Maratón Solidaria que se realizó la semana pasada en esta Ciudad, sobre la que ya hablamos en los dos programas anteriores, pero que hoy con ellos vamos a conversar sobre las conclusiones de esta maratón. Hola buenas tardes, Alejandra y Gustavo y muchas gracias por compartir este momento.

AB: Hola Gerardo.

GS: Nosotros tuvimos la oportunidad de presenciar una de las entrevistas, la de Reciclar que fue una de las ONGs que participó, tuvimos también la oportunidad de hablar con otra ONG sobre qué le había parecido la actividad, pero hoy me gustaría que ustedes nos hagan un balance de toda la maratón.

GA: Para aquellos que es la primera vez que escuchan, de qué se trata la maratón? Básicamente la maratón es una idea solidaria que surgió dentro de la Comisión de Consultoras. Todas las consultoras interactuamos como si fuésemos una sola consultora, nos mezclamos tanto consultores senior, como ejecutivos de cuentas y se suman también estudiantes de Relaciones Públicas con un rol específico, que es el de tutores.

GS: Hay más de una consultora por ONG?

GA: Hay más de una consultora por ONG y la idea es que invitamos, en la primera versión eran once ONGs que tenían un espacio de dos horas cada una y los hicimos en un espacio de veinticuatro horas corridas, después de eso nos fuimos a Córdoba y tuvimos once repartidas en dos días, lo mismo acabamos de hacer ahora aquí en Buenos Aires. A las ONGs se las selecciona con diversos criterios. La idea es tratar de beneficiar a gente que a su vez beneficie a mucha más gente. Que pueda llegar a través de lo que nosotros podamos ayudarlos, exclusivamente en temas de comunicación, a ayudar a la mayor cantidad de gente posible. Nosotros le pedimos a la ONG que traiga un problema específico, nos encantaría ser magos y solucionarle todos sus problemas, pero en principio trabajamos sobre un problema y en algún caso puede ser cómo conseguir más donantes, o cómo conseguir más voluntarios, o cómo tener una mejor presentación pública, etc. Hemos trabajado con ONGs de todo tipo a lo largo de estas tres maratones, gente que tiene que ver con acondroplasia, que para la gente que no sabe que es, tiene que ver con el

enanismo, gente de un techo para mi Argentina, en Córdoba, que buscaba ayudar a la gente a tener...

AB: Un techo para mi país, que nació en Chile, se inició en Córdoba y ahora está en Buenos Aires.

GS: Lo que pasa es que son infinitas las posibilidades de poder participar en una ONG, son muchos los temas en los que se puede colaborar.

AB: Sí. En Córdoba fue una experiencia diferente, porque aparte de Gustavo, estaba Daniel Colombo y yo e interactuamos con agencias de comunicación locales, que le dio un matiz diferente a la maratón. Y aparte en el momento que vive el país es interesante que tengamos la mirada del interior. Muchos de ellos nos abren otros mundos.

GA: Sí, incluyendo que por ejemplo en Córdoba nos sorprendió la cantidad de voluntarios que tenían cada una de las ONGs. Había cuatrocientos voluntarios en una ONG. No nos ha pasado en Buenos Aires, donde uno supone que hay mucha más gente.

AB: Lo que pasa es que ese fenómeno se da desde el voluntarismo, pero realmente con una gran convicción porque no hay empresas a quien pedir, entonces los estudiantes trabajan y ellos ponen el sustento para la ONG. El grado de compromiso es impresionante.

GA: A esta altura ya hemos visto cerca de treinta y tres ONGs.

AB: Más las que se acercaron.

GA: Al final de cada maratón les damos una charla, recopilamos todo lo que aprendimos juntos, nosotros también aprendemos mucho y damos algunos consejos para todas las ONGs que no se pudieron acercar, consejos más generales acerca de cómo comunicar el tercer sector. Y en esto los principales problemas fueron varios. En una primera tanda las ONGs venían con una demanda de "queremos hacer prensa" o "queremos ser más conocidos" y salían con la convicción de que en realidad el primer paso es la comunicación interna y cómo hacer más fuertes las ONGs. El segundo tema tenía que ver con el problema de identidad, lo encontramos en muchos casos, o sea con ONGs que desde el nombre que tenían que o representaba a los que ellos hacían a ONGs que de repente replanteaban la misión, en una Argentina siempre necesitada, muchas veces empezaban con una misión y terminaban dando de comer a la gente, entonces lo que originalmente había sido una determinada misión, terminaban pensando cómo juntamos la plata para toda la gente que viene a comer con nosotros cada mediodía. Realmente es para nosotros todo un desafío ayudar a estas ONGs con problemáticas muy diferentes, hemos tenido ONGs que trabajan con delitos sexuales, violación y compañía, que para nosotros desde el punto de vista profesional, nos plantean cosas muy fuertes para comunicar y cómo hacer para ayudarlas para que

tengan más fuerza, para que consigan más gente, para que consigan más recursos.

En Córdoba también se dio algo muy lindo entre las consultoras, porque hay consultoras como la de Jorge Lawson que tiene ya muchos años, es un decano de esto. Pero hay también muchas consultoras jóvenes, recién formadas, entonces nos permitió interactuar con muchos chicos que se habían graduado hace tres, cuatro años, cinco años y estaban muy entusiasmados en agregar la dimensión de la responsabilidad social a su trabajo diario.

GS: Y creo que hay que destacar también el involucramiento de la Universidad Siglo 21 y de los chicos.

AB: En todas las universidades, porque nosotros tenemos un hilo conductor que es la educación y acá en Buenos Aires también participaron UADE, USAL, UCES y los chicos de Buenos Aires quieren ir a la Maratón de Mar del Plata, que es el 28 de octubre, porque realmente lo que uno percibe en las maratones es difícil describirlo con palabras, porque es una inyección de vida, de tratar de hacer por el otro, no pensar en uno mismo, de actuar por el bien común. Lo interesante es que tenemos empresas que también nos ayudan: Kraft, Prosegur, Marca Futuro que puso su local de nuevo, acá en Buenos Aires, nosotros profesionales, el Consejo, entonces esto es algo que podrían replicar desde otros ámbitos. Las ONGs también necesitan ayuda administrativa, que alguien les explique de finanzas, entonces creo que el Consejo de Relaciones Públicas le enseña a la ONG la importancia de escribir un plan de comunicación, pero creo que muchos profesionales podrían abordar otros ámbitos.

GS: Claro, porque una ONG es un grupo de gente que se junta para colaborar, para hacer algo para la sociedad, entonces no tiene por qué saber de finanzas, ni de recursos humanos, ni de comunicaciones, y por eso es importante que se la pueda capacitar.

GA: En ese sentido uno de los énfasis que nosotros ponemos en cada una de las reuniones que tenemos es la importancia de trabajar en red, o sea la importancia de tratar de unirse con otras ONGs que hagan cosas iguales, parecidas, complementarias, porque en la Argentina estamos muy acostumbrados al individualismo y nos cuesta resignar el ego y como si la mía se llama salvemos a los niños y la de ellos se llama los niños merecen ser salvados, cómo vamos a juntarnos. Trabajamos mucho sobre esto y por suerte con muy buenos resultados y aparte conectando, porque muchas veces las ONGs están muy solas y no saben que pueden juntarse con otras, trabajar con otras que quizás no se dedican a la misma patología, pero que si pueden trabajar juntas en un montón de áreas, que van de consecución de fondos hasta temas legales, a aprender de cómo otro hizo algunas de estas cosas.

AB: Aparte tratamos de ser equitativos y que siempre estén representados todos los sectores, hay unos que se ocupan de menores, otros de la tercera edad. Vemos que el tema de la tercera edad va creciendo, porque la tercera

edad ahora tiene una expectativa de vida mucho más larga que treinta años atrás, entonces es gente que tiene mente dinámica y necesitan estar ocupados y hay que articularlos con quienes necesitan compañía, con quienes necesitan aprender, o sea hay experiencias muy lindas. Está el tema de la enfermedad, que tratamos que el segmento salud esté representado, el segmento educación. Hay mucho para hacer y creo que las ONGs ocupan un lugar que el sector público ha dejado de ocupar, entonces la carencia y la discapacidad es atendida desde estos ámbitos del tercer sector.

GA: Y ya que estamos en un programa de Relaciones Públicas, además de llenarnos el corazón a todos los que participamos haciendo el bien, para mí en lo personal y sé que para Alejandra también y para Daniel (Colombo) también y creo que para todos los que participamos, ésto tiene un algo adicional y es la posibilidad de trabajar con gente que uno admira, que en la vida cotidiana somos competidores en un sentido amplio, todos los que somos de la Comisión de Consultoras tenemos una muy buena relación entre nosotros, pero no dejamos de pertenecer a empresas colegas, entonces yo pocas veces estoy en un brain storming, o aconsejando, junto con Daniel Colombo, junto con Alejandra, entonces este es un lujo que también podemos darnos, de poder estar con mentes brillantes y con corazones abiertos y es una de las ventajas que tienen los estudiantes que trabajan con nosotros como tutores, que trabajan con nosotros de igual a igual, porque opinan en los brain storming y es la posibilidad de acercarse a un consultor más senior desde un lugar distinto, al que no siempre van a tener acceso, por razones laborales, por razones de edad. Este es otro costadito de interés adicional de poder trabajar juntos.

AB: Algo muy destacable es la labor de la Comisión de Estudiantes del Consejo de Relaciones Públicas, porque trabajan codo a codo con nosotros y realmente es muy lindo, porque tienen la mente de persona joven, con esa pasión que todo lo impregnan

GA: Gerardo, vos nos avisás cuando damos el chivo del Consejo Profesional de Relaciones Públicas y la importancia de que toda la gente que esté escuchando ésto se asocie al Consejo.

GS: Bueno, después lo decimos.

GA: Era uno de nuestros mensajes clave que no queríamos perder.

GS: Yo lo que quiero decir son dos cosas, una con respecto a los chicos y es que ellos en afán de capacitarse en la práctica, están involucrándose mucho en las actividades extracurriculares que brindan las universidades y realmente es muy importante para el futuro de la profesión y con respecto a lo que vos comentabas del funcionamiento de estos asesoramientos, cuando tuve la oportunidad de participar en la reunión con Reciclarte, hubo dos cosas que me llamaron la atención, por un lado a medida que se le iban haciendo las preguntas, en ese momento a la persona que representaba a la entidad, se le iba abriendo la cabeza, y decía pero cómo, esto es así y prácticamente las

conclusiones fueron para ir ordenando los temas, pero ya le había quedado muy claro el esquema de por donde pasaban los temas importantes y otra cosa que me llamó mucho la atención fue el tema de la importancia del lenguaje, porque en algún momento las consultoras hablaban del taller y cómo los artistas tienen otro concepto de taller, estaban usando la misma palabra con distintos significados.

AB: Había que consensuar significados. Aparte después de cada maratón uno sabe más de hemofilia, más de soriasis, más de acondroplasia, más de Junior Achievement y todos los que participaron, o de lavar dientes en los jardines de infantes y prevenir las caries y como uno puede actuar proactivamente y todo replicable, así que es muy, muy bueno.

GS: Eso es muy importante, porque en la medida en que estas instituciones trasciendan lo que hacen, va a haber mucha gente que piense que nosotros acá podemos hacer lo mismo y podemos formar una entidad similar y podemos trabajar para la comunidad y yo creo que es un poco el fin último de la comunicación.

GA: Y si querés vuelvo al motivo de tu programa, nosotros siempre comentamos lo mucho que nos cuesta que nuestras familias expliquen a qué nos dedicamos. Mi suegra, mi mujer después de muchos años ya lo explica, pero les cuesta explicar qué es Relaciones Públicas. Nosotros tenemos todo un debate interno en el Consejo, voy a dar un caso que está hoy en la televisión con Gaby Álvarez que dice: cuando salga no me voy a dedicar más a las Relaciones Públicas, entonces hay toda una discusión, nosotros deberíamos aclarar que invitar a los boliches no es Relaciones Públicas, entonces el interactuar con otros actores de la sociedad como las ONGs, hacen que la gente sepa más, entiendan más qué es lo que hacemos. Y esto también permite que haya una comprensión mayor acerca de nuestra profesión.

AB: Estamos elevando la jerarquía de nuestra profesión.

GS: O sea que podríamos llegar a decir que el resultado general de esta maratón fue óptimo?

GA: Sí. A nosotros siempre nos pone feliz, cuando terminan estas maratones y nos pone feliz también a lo largo del tiempo, cuando vamos recibiendo noticias de cómo usaron nuestros consejos, los que trabajamos juntos.

AB: Algo que muestra lo ecuménicos que somos y de paso saludo a todos los empleados de la AMIA, que la AMIA también formó parte de esta maratón, entonces yo creo que la parte de nutrición que tenemos cada uno como persona es lo que más uno rescata de esas maratones. Todos nos vamos con el corazón más grande, pero sabemos que desde nuestro hacer podemos mejorar mucho para hacer por los demás.

GS: Bueno, espero que Fernando Flores no nos esté escuchando, porque sino va a pensar que le estamos haciendo competencia.

AB: No, Fernando Flores es amigo, aparte siempre estoy en el Foro Ecuménico, así que no hay problema, al contrario, siempre estamos tratando de ayudarnos.

GS: Y la próxima va a ser en Mar del Plata?

AB: Mar del Plata, el 28 de octubre, así que estamos preparándonos con todo. El 21 de este mes estará la inducción a los estudiantes, porque se hace toda una capacitación para que el rol de tutores sea impecable. Como en las Relaciones Públicas, está todo muy planificado.

GA: Para poder hacer todo ésto hay desde tutoriales para los que van a trabajar con las ONGs previamente, se revisa toda la información, se monitorea, hay un montón de tareas que cada uno tiene, hay instrucciones para el desarrollo de los brain storming, para que sea efectivo, porque tenemos sólo dos horas para trabajar en conjunto.

AB: CAECE va a ser nuestra universidad anfitriona. Vamos a hacerlo en la misma Universidad, pero en una casa antigua que es patrimonio nacional, así que estamos trabajando con ellos.

GA: Fernanda Grimaldi nos recibe y nos ayuda.

AB: Y ya vino a la maratón de Buenos Aires para entrar en calor. Y en Córdoba ya están preparando una maratón para el año que viene, ya que este año no tenemos tiempo.

GS: Y en Mar del Plata van a ser ONGs locales?

AB: Locales y como no hay agencias de comunicación locales, porque Mar del Plata requiere acá, hemos invitado a participar a agencias de publicidad y de marketing, porque también las ONGs necesitan diseño de su folletería, intranet y todas las armas de Internet.

GA: Y obviamente los estudiantes de CAECE.

AB: Sí, van a participar y están muy contentos. Y estamos tratando que vayan estudiantes de Buenos Aires y se alojen en casas de estudiantes de Mar del Plata, para que justamente la integración de Buenos Aires con el interior se plasme en la realidad.

GS: No sé si quieren agregar algo más. Yo quiero cerrar esta entrevista leyendo un párrafo de la nota que gentilmente me hizo llegar Alejandra, de una nota que sobre este tema escribió para Carta de Publicidad, un parrafito que dice: "Comunicar, en contra de lo que habitualmente se piensa, no es el mero

poner en común. La verdadera comunicación está llamada a lograr mucho más que ese mínimo efecto. La verdadera comunicación reconstruye creativamente la realidad, al investirla de sentidos nuevos y más fecundos que los preexistentes: comunicar inaugura mundos, abre horizontes, inventa expectativas.

Yo les agradezco mucho esta charla y será hasta la próxima.