

19-11-09

Entrevistada: Dra. Ada Forni
Directora de la Carrera de Publicidad de la
Universidad Kennedy

GS: Ya está con nosotros la Dra. Ada Forni, que docente, ya de varios años en la docencia en la Universidad Kennedy y a raíz de las redes sociales no hemos vuelto a contactar después de varios años. No somos afectos a hablar de nosotros en el programa porque realmente sería poco ético hacer un programa para hablar de nosotros, pero en este caso tengo que mencionarlo la Dra. Forni fue profesora mía, cuando yo estudiaba Relaciones Públicas en Kennedy y en este momento tengo el honor de tenerla aquí en el programa nuestro y como decía antes a través de las redes sociales recibí una invitación para el 4 de diciembre de una jornada que se realiza en la Universidad Kennedy celebrando los veinte años de la primera promoción de egresados de la Carrera de Publicidad. Y a raíz de esa comunicación la hemos invitado para que nos cuente un poco de esta celebración y está con nosotros y ya la saludamos y le damos la bienvenida, muchas gracias por venir.

AF: Al contrario Gerardo muchas gracias a vos.

GS: Cómo será la celebración del 4 de diciembre?

AF: El 4 de diciembre tenemos un evento que esperamos que no se parezca a los otros eventos que organizan las otras treinta y ocho carreras de Kennedy. Queremos que en ese evento la gente se contacte en cuanto entra en tono y clima con ¿Qué es la publicidad? Para eso estamos armando algo que no es lo habitual, aunque sí tiene por supuesto lo habitual del acto formal. Bolívar 1167, Colegio Bolívar, un colegio tradicional de Kennedy, donde hemos celebrado tantos eventos. Luego tenemos un grupo de publicitarios que nos van a contar un poco de la historia de la publicidad y sus diferentes aspectos según las vivencias de cada uno. Por una de esas cosas, salvo uno de ellos, tenemos otro de los invitados que fue jefe mío en Ricardo de Luca, catorce años, un tercero que fue alumno en la Universidad de Lomas y un cuarto que es un conocido periodista publicitario. Después de esto, queremos distinguir de alguna manera en cuatro egresados destacados a todos los egresados destacados que tenemos y de alguna manera darles un reconocimiento a su trayectoria aunque sea simplemente con un diploma y un pin Kennedy. Después cerraremos el acto formal, habrá un vino de honor y se nos acaba un poco la formalidad, tendremos música, luces y pizza party.

GS: La asistencia es por invitación, verdad?

AF: No. Le aconsejamos a todos los amigos y amigos Facebook que se preinscriban, porque suponemos que vamos a tener una afluencia importante. Pensamos en nuestros alumnos, ex alumnos, a los que se quedaron en algún momento en el camino, pero de los cuales tengo cuatro, yo armé un grupo de

trabajo para esto con alumnos que volvieron para terminar su tesis, egresados, profesores, ex profesores y amigos en general. Y los amigos Facebook que por supuesto se están preinscribiendo bastante.

GS: Y está bueno para aquellos que todavía confunden publicidad con propaganda y no saben bien lo que es la publicidad institucional o publicidad comercial, para aprender un poquito más sobre todo el tema no?

AF: Claro, intentamos de todas maneras que no se convierta en un acto académico formal, pero en la publicidad hay muchas anécdotas, por llamarlas de alguna manera pero que son verdaderas historias estratégicas que te permiten conceptualizar que publicidad y propaganda son dos cosas distintas y que no hay discusión, son otros objetivos, la publicidad tiene objetivos comerciales, por eso tenemos la presencia de anunciantes también, a través de stands, de banners, esas son las cosas que te decía antes, que le den un tono y un clima diferente a la reunión. Y propaganda sabemos que es difundir, concientizar, pero sin objetivos comerciales, es decir que lo comercial es lo que marca la diferencia, así como, vos sos de Relaciones Públicas, la imagen corporativa si bien muchas veces terminan en una agencia de publicidad, asesorados por la gente de Relaciones Públicas, es un concepto mucho más amplio y que muchas veces algunos confunden con la publicidad institucional, que es mucho más acotada. Es decir, en todo esto, cuando los términos se vulgarizan pierden parte de su efecto, de sentido, no es cierto?

GS: Pero de cualquier manera es muy interesante esta charla porque el nuestro es un programa temático, apuntamos a un público de colegas, con lo cual no está demás refrescar los conocimientos, pero también pretendemos llegar al público en general, el oyente fiel de la radio que escucha este tipo de programas, que está un poco cansado de escuchar hablar de crisis y de seguridad y de todos los temas cotidianos que nos agobian y entonces pasamos una hora hablando de estos temas agradables y la idea es llegar a ese público general con estos temas, por eso es muy interesante esta charla magistral que estás dando de publicidad.

Entonces este acto se realiza porque hace veinte años egresó la primer camada de publicistas de Kennedy.

AF: No. En el año ochenta y nueve llegaron a quinto la primera promoción, la carrera tenía cinco años, hoy tiene cuatro. Pero con una carga horaria mayor y un trabajo final integrador que tiene todas las carreras en este momento. En definitiva el chico durante cinco años está trabajando para obtenerlo. Es un título de Licenciado en Publicidad. Quizás nos diferencia de la oferta que hay en el mercado, Kennedy no tiene títulos intermedios, es decir o sos licenciado o no sos, no tenemos un título técnico.

GS: Bueno los relacionistas llevamos unos años más, el doble de años.

AF: Tal cual. Lo charlamos con el Dr. Méndez, con el Director, con quien hace más de treinta años que somos compañeros de trabajo.

GS: Es muy buena esta charla porque hoy en las grandes empresas no hay gente iluminada sino que se trabaja en equipo, equipos multidisciplinarios donde hay gente de marketing, de publicidad, de públicas y así se lleva adelante la tarea de comunicación de la empresa. Con lo cual es muy bueno también que haya muy buenos profesionales publicitarios para trabajar en conjunto. Tengamos en cuenta también que la publicidad tiene su cuota de responsabilidad social, con lo cual teniendo buenos profesionales también vamos a contribuir al bien de la sociedad.

AF: Eso sin duda. La publicidad tiene una responsabilidad social. Muchas veces esta responsabilidad social queda supeditada al famoso brief de los anunciantes, pero también está la posibilidad de decir no y a veces cuesta dinero, pero es parte y por supuesto públicas, publicidad, periodismo cada día tienden más a la integración dentro de las respectivas posibilidades profesionales. Publicidad se ha ido integrando en los últimos años, cada vez más, además de toda su formación humanística a todo lo que es su formación tecnológica. Entonces esto nos obliga a implementar permanentemente equipamientos y profesores capacitados en el manejo de las técnicas, que es lo que le van a pedir a los chicos cuando lleguen al mundo profesional.

GS: Querés agregar algún tema más?

AF: Que es un gusto estar con ustedes, que es un gusto estar con un ex Kennedy, bueno de tantos años en Kennedy me encuentro con ex Kennedy en muchísimos lugares, en lugares destacados y que es un honor haber compartido este momento.

GS: Pero nos falta la última pregunta. A nuestros entrevistados siempre les preguntamos sobre su formación y desarrollo profesional.

AF: Soy Licenciada en Psicología, especialista en Psicología Clínica y Doctorada en Psicología Clínica y en Económicas UBA hice una especialidad en Estrategia y Planeamiento Empresarial. Eso como cursos formales, después como buena Psicóloga tengo mis años de psicoanálisis, años de semiología, lingüística, etc, etc, etc.

Como lugar permanente de la docencia, yo empecé de Ayudante Alumna en Kennedy, pasé por todas las categorías académicas hasta llegar hace veinte años a Profesora Titular, Directora de la Carrera de Publicidad, lugar que permanezco, fui dieciséis años Profesora Titular de Marketing en el ITBA, fui de las creadoras del Postgrado en Marketing de la Universidad de San Andrés, fui Directora de la Carrera de Publicidad en la Universidad de Lomas, tengo gente de Lomas también dando clases, siguen en el proyecto docente en otras universidades, pero también con nosotros, he sido profesora invitada de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, es decir he recorrido el mundo universitario formal y también durante doce años he manejado mi grupo dentro de la división Comercialización de IDEA, de comunicaciones, investigaciones y marketing y he hecho y hago mucha capacitación empresaria.

GS: Bueno muy completo. Nuevamente, Ada, para nosotros fue un placer que estés acá acompañándonos en nuestro programa, mucha suerte con la celebración del día 4 de diciembre, vamos a estar allí, así que nos vamos a encontrar nuevamente y muchísimas gracias por haber estado en el programa.

AF: No al contrario, muchas gracias a ustedes y lo espero.

GS: Adiós.

AF: Adiós.