

te de ciertos usos perversos, parte de los infaltables improvisados que se arrojan ilícitamente y al amparo de la falta de un régimen legal que proteja a la profesión y a los propios profesionales, promueven abusos e irregularidades que son ajenas a la correcta gestión y al prestigio ya ganado por las Relaciones Públicas.

Finalizada junto con el siglo XX la llamada etapa evolucionista iniciamos una nueva centuria y con ella también estamos en condiciones de fijar un nuevo hito abriendo el período que podemos denominar “Etapa Transicional” ya que el cambio acelerado que sigue y seguirá manifestándose, no muestra señales de aminorar sus efectos mientras crecen las expectativas en función de las transformaciones que se operan en todos los ordenes de la vida humana con una virtual intensidad en los medios y en los fines.

Consecuentemente ¿será cuestión de ir considerando la necesidad de proyectar Nuevas Relaciones Públicas implementando otra estructura sobre la base actual?. Personalmente no creo que sea necesario modificar abruptamente las finalidades primarias que parten de una de las definiciones más completas – aunque siempre perfectible – promulgada como “Acuerdo de México”, en la I Asamblea Mundial de Relaciones Públicas celebrada en la ciudad capital de ese país, con el consenso de 36 representaciones nacionales de todo el mundo y cuyo texto es el siguiente:

“el ejercicio profesional de las Relaciones Públicas exige una acción planeada, con apoyo en la investigación sistemática y en la participación programada, para elevar el nivel de entendimiento, la solidaridad y colaboración entre una entidad pública privada y los grupos sociales a ella vinculados, en un proceso de integración de intereses legítimos, para promover su desarrollo recíproco y el de la comunidad a la que pertenece”

Sin duda, no variará el fundamento de que las Relaciones Públicas deben estar siempre al servicio de fines concretos, lógicos y lícitos, especialmente atendiendo la diversidad de negocios o actividades socioeconómicas, culturales y política, este perfil representa el eje de cualquier desarrollo y está adherido al progreso, el bienestar y utilitarismo de la gente y sus instituciones.

Ya iniciada la que simbólicamente podríamos denominar “Etapa Transicional” en el desarrollo de las Relaciones Públicas, surgirán nuevas perspectivas para ir complementando adecuadamente la gestión profesional y la propia enseñanza universitaria de esta disciplina incorporando renovadas fórmulas metodológicas y a la luz de las innovaciones o reajustes teóricos prácticos perfeccionar y enriquecer sus servicios asimilándolos a las nuevas demandas de las actividades humanas en el presente siglo.

Esto no supone una eclosión inmediata, pero seguramente será un proceso ecléctico que irá acompañando a los cambios en su misma dinámica y de tal manera cuidando que los efectos no colisionen con las comprobaciones y realizaciones que ya están en curso.

Toda la reconversión en este sentido (lo cual queda formulado como propuesta) ante la falta de un marco legal apropiado debe ser producto de una virtual Comisión Ad-hoc

integrada por representantes del Consejo Profesional de Relaciones Públicas, de las facultades universitarias que distan oficialmente esta carrera y de los principales consultores y docentes universitarios de la especialidad, es decir una comisión constituida por personalidades líderes que podrían ser la encargada en primera instancia de revisar las eventuales incorporaciones de medios operativos e innovaciones técnicas que surjan en el tiempo nuevo.

De esta manera consensuada, seguramente se superarían muchos problemas sectoriales, se unificarían criterios y se podría lograr una permanente actualización acompañada de una mayor dinámica junto con la normalización de los progresos que ofrezca a su vez la currícula universitaria, la apertura de las renovadas modalidades y servicios por parte de las consultorías profesionales y la difusión general de estos progresos a través de todos los medios de comunicación pública posibles.

Concluyendo y considerando que el proceso de cambio es invariable y que se manifiesta con distinta intensidad y grados de aceleración, al igual que todas las actividades modernas, las Relaciones Públicas, deben asumir el rol de verdaderas protagonistas del cambio, acompañando esta fenomenología con una permanente apertura técnica operativa que coadyuve con la eficiencia y eficacia de sus propiedades puestas al servicio de la evolución y las demandas de la modernidad.

Los profesionales que formamos.

Romina Bogossian

Poder formar parte de este tipo de jornadas universitarias me resulta enriquecedor, para intercambiar ideas a fin de poder mejorar de modo alguno el nivel de excelencia en cuanto a la calidad de la enseñanza se refiere.

Reflexionando sobre el tema que seleccioné para presentar en este encuentro surgieron entre otros, el siguiente. ¿Qué tipo de profesionales estamos formando?.

Vivimos en un mundo totalmente tecnificado, y la educación no está ajena a este fenómeno. Los alumnos, están deslumbrados por las ventajas del mundo informático, o exigencias del mercado actual?

Comúnmente el alumno piensa que diseñar, simplemente significa crear ideas a través del papel y lápiz, o a través de la computadora. Y se olvida que saber expresarse verbalmente y poder redactar, es tan importante como lo anterior. No se trata solo de creatividad, sino de una suma de conocimientos, investigación y tecnología. La principal tarea del diseñador es comunicar socialmente, con eficacia un mensaje.

El diseñador trabaja en diversas áreas, la señalética de un hospital, en la producción de un libro, en el desarrollo de un cd-rom, etc. por lo tanto vemos que no es una actividad autónoma, siempre esta interrelacionándose con otras disciplinas.

El conocimiento de otras ciencias, investigar, concurrir a bibliotecas, visitar museos, participar en seminarios o charlas, etc. deberían ser actividades cotidianas en un profesional capacitado. La información fluye demasiado rápido, es necesario apoyarse en otras disciplinas que permitan captar la realidad tal cual es.

Esta formación no sólo los aventaja a nivel profesional, sino

también a nivel humano. Una formación completa, intelectualmente hablando se valora también en el mercado.

Creo que una de las tantas responsabilidades como docentes es introducirlos en el campo real, pero formarlos también en la teoría y en la investigación. Tenemos que hacerlos pensar y reflexionar, lograr que puedan comunicarse e intercambiar ideas, participar para que en un futuro sientan orgullo de la tarea que desarrollan.

Es tarea del educador, que el alumno pueda encontrar en las clases una amalgama de teoría, pasión y entusiasmo y que toda la información dentro del aula, le sirva para enfrentarse al mundo laboral tan competitivo en que vivimos.

Internet, ese negocio que no se concretó.

Patricia Boeri

Si bien Internet tiene poco tiempo en la Argentina hacía prever un fuerte desarrollo como alternativa a nivel comunicacional. A fines de 1999 se contaban con 920.000 usuarios y 520.000 cuentas. Le seguían Colombia, Chile y Venezuela con 660.000; 426.000 y 370.000 respectivamente. Se estimó un parque de 2,5% de usuarios de Internet sobre la población total 2,9% en Brasil y 1,3% en México.

La evolución en estos tres países fue similar y muy lenta; en Argentina 0,7% /97, 1,1% 98 y 2,5% /99; en Brasil 0,8%, 1,7% y 2,9% y en México 0,4%, 0,7% y 1,3%.

Si bien los porcentajes son similares, se debe tener en cuenta que la población de cada uno de los países difiere considerablemente. (Fuente :Morgan Stanley Dean Witter- Price & Cooke)

La explicación del crecimiento en la primera etapa de Internet en Argentina se debe a:

- La baja gradual del precio de las PC en la década del 90 sobretodo a partir de la convertibilidad.
- Una baja en las tarifas telefónicas (Conexión a través del 0610)
- Una baja en las tarifas de los proveedores de Internet. Aparición de proveedores gratuitos.
- El apoyo oficial con que contaron estas medidas.

PERFIL DE LOS USUARIOS

Total de usuarios: 916.109 personas.

Total personas 10.409.000 (Fuente EGM PISOS/99)

SEXO

Femenino 37% Masculino 63%

EDAD

De 14 a 19 años	24%	De 20 a 24 años	18%
De 25 a 34 años	26%	De 35 a 44 años	18%
De 45 a 54 años	10%	Más de 55 años	4%

ESTUDIOS

Primarios	1%	Secundarios	31%
Terciarios	14%	Univ. Incomp.	28%
Univ. Comp.	26%		

NSE

ABC1	43%	D1	7%
C2	24%	D2	4%
C3	22%		

OCUPACIÓN

Trabaja 65% No trabaja 35%

TRABAJAN

Por cuenta propia 35%
Relación de dependencia 65%

NO TRABAJAN

Estudiantes 81% Amas de casa 10%
Desocupados 6% Otros 3%

Usuarios de Internet y Tenencia de bienes

PC 22 % PC con módem 6%
Usuario Inter. 68 % Usuario internet 32%

Celular 12% Cable 59%
Usuario Inter. 30% Usuario internet 76 %

Total usuarios Internet 916.109
Total personas 10.409.000

Fuente: EGM PISOS 1999

Lugar de acceso a Internet

Casa 52% Univ. centros estudios 14%
Trabajo 37% Otros sitios 11%

Persona/institución que paga por servicios de Internet

Usted/Familia 52% Universidad 15%
Empresa 36% Otros 7%

Frecuencia de Uso

Todos los días 2%
2-3 veces por sem. 9%
Al menos 1 vez x sem. 14%
Al menos 1 vez al mes 17%
Menos frecuente 23%

Servicios utilizados

Acceso a Web 66% Mail 72%
Lectura de diarios 32% Otros usos 34%

Uso de Internet por los niños

No usuarios 90% Usuarios 10%

Lugar de acceso

Casa 33% Colegio 51%
Casa amigos 15% Otros sitios 12%

Frecuencia de uso

Todos los días 7%
5 a 6 veces por semana 2%
3 a 4 veces por semana 13%
1 a 2 veces por semana 44%
Menos de 1 vez por semana 28%
Nunca / casi nunca 5%

Servicios de Internet utilizados

Entretenimientos / juegos 77%
Búsqueda de información 41%
Chateo 34%
Mail 20%
Escuchar música 20%

Fuente: EGM Kids PISOS/99

Hoy comprobamos que, lejos de ser una herramienta de comunicación e información, ha pasado a integrar parte de una de las variables que se toman en cuenta para ubicar a los