

De este modo, fueron contactados en el inicio del segundo cuatrimestre, vía e-mail, 129 estudiantes. Analizados los casos presentados, se incorporaron a los cursos de Seminario de Integración II 52 estudiantes, en calidad de oyentes, pero con las exigencias académicas propias de la asignatura en cuanto al cumplimiento de las pautas y fechas de entrega, según la planificación de la asignatura. Además de estos 52 estudiantes incorporados, se presentó un caso que corresponde a una estudiante que reside en el extranjero. Para efectivizar su reinserción y culminación del ciclo, se le ofreció el seguimiento a través de correcciones metodológicas *on line* con los miembros del Equipo de Evaluación del Área de Proyecto de Graduación, y con seguimiento disciplinar por parte de un docente del área específica de la alumna. De este modo, se espera lograr el egreso del mayor número posible de estudiantes que se encuentren en condiciones de hacerlo, y que por algún motivo no lograron efectivizarlo.

Lo mejor de los dos mundos: el académico y el profesional. En Relaciones Públicas y Comunicación Corporativa

Paola Lattuada

En el año 2009, la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo implementó de manera sostenida una estrategia cuyo objetivo fue establecer y consolidar vínculos entre la comunidad académica y profesional de las relaciones públicas.

La articulación de ambos mundos, el académico y el profesional, es uno de los *issues* más complejos de lograr. Los mejores profesionales generalmente no cuentan con el tiempo necesario para dedicarle a las actividades en la academia, y los que están dedicados de lleno al ámbito académico les cuesta también encontrar oportunidades de interacción con el primer grupo. Por otro lado, los estudiantes están ávidos de conseguir material, lecturas, ponencias, reflexiones o asistir a exposiciones, en las que puedan ir sumando a su formación teórica una experiencia más empírica. Y finalmente, una óptima cuota de participación de ambos ámbitos, puede asegurar sin lugar a dudas una visión más amplia, dinámica, contemporánea que acerca lo que aún no está escrito en la literatura disponible, y facilita la mirada y el análisis sobre las tendencias incipientes.

El desafío aquí fue, entonces: ¿cómo lograr esta articulación, este terreno de reunión —a modo de un círculo virtuoso en forma de espiral ascendente, si se imaginara gráficamente— en la que ambas comunidades interactuaran para —en definitiva— realizar su aporte y así, contribuir al progreso de la profesión?

Y la respuesta se encontró justamente, en la esencia misma de la gestión profesional. Con un esmerado Plan de Comunicaciones para las Relaciones Públicas y la Comunicación Corporativa, se realizó un programa de relacionamiento con los públicos de interés. Ni más ni menos. Detectados los famosos por estos días *stakeholders* o públicos para los más tradicionales, algo tan básico como necesario para implementar cualquier

programa de *PR*, la esencia misma de la práctica profesional.

De esta forma, sobre una plataforma de diversas actividades, se llevaron a cabo una serie de acciones y producciones que tuvieron como protagonistas a los más destacados referentes del *management* local de las *PR*, así como las más representativas figuras del ámbito académico, quienes se reunieron en pos de compartir experiencias, prácticas, conocimiento y reflexiones, para así generar contenido que por un lado, enriquece a los mismos participantes, y por otro, contribuye a la formación de los que se están preparando en esta profesión. Se encontraron algunos formatos que incluyeron un delicado equilibrio, entre expectativas, intereses y perfiles. Esto determinó el criterio de planteamiento de las actividades, algunas de las cuales se detallan a continuación.

Relaciones Públicas. Radiografía 2009: proyecciones y desafíos. Cuaderno Nº 28. Cuaderno del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación

Con la participación del Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina, se editó el primer libro de la Facultad de Diseño y Comunicación en la temática.

Esta publicación tuvo la particularidad de haber reunido un grupo de destacados profesionales en la gestión comunicacional —cada uno especializado en su área—, cuyos autores logran una aproximación que enmarca la disciplina, su práctica y sus particularidades.

El contenido aborda cuestiones estratégicas de la gestión, comunicación externa, comunicación interna y nuevas tendencias, e incluye algunas temáticas tan actuales que no existe en el presente literatura disponible al respecto, como las prácticas *PR 2.0*.

Entre los autores se encuentran Daniel Scheinsohn, Federico Rey Lennon, Diego Dillenberger, Roberto Starke, Juan Iramain, Hernán Maurette, Alberto Arébalos, Carlos Castro Zuñeda, Allan McCrea Steele, Aldo Leporati, Hernán Stella, Fernando Arango, Marisa Cuervo, Patricia Iurcovich y la misma Presidenta del Consejo Profesional de Relaciones Públicas, Graciela Fernández Ivern. Todo esto, bajo la coordinación general de Paola Lattuada, del Departamento de Relaciones Públicas de la Facultad DC, que además es coautora del libro y fue quien ideó esta publicación. Incluyó además, una entrevista a uno de los precursores de la profesión, Lorenzo Blanco, así como uno de sus últimos escritos en torno a la imagen corporativa.

Esta publicación se inscribe en la serie “Escritos de la Facultad del Centro de Estudios DC” con el número 28, ISSN 1668-0227, tiene validación científica tecnológica del CONICET y CAICYT, y se enmarca en la política editorial de la Facultad DC que difunde en forma sistemática su producción, con base en el compromiso de investigación, académico y profesional.

Así, “Relaciones Públicas. Radiografía 2009: proyecciones y desafíos” compuso un escenario que actúa de disparador para la reflexión y la motivación de los futuros profesionales del área, realizando un aporte en el ámbito académico y convirtiéndose en un referente para que estudiantes de relaciones públicas se aproximen a la práctica profesional.

Observatorio Temático de Relaciones Públicas I: RRPP Radiografía 2009: proyecciones y desafíos

Ayudado en la sinergia que generó el trabajo conjunto con el Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina, y sustentado por la calidad lograda por el contenido disciplinar generado en el Cuaderno N° 28, la Facultad de Diseño y Comunicación realizó la puesta en escena de la publicación, a través de una jornada en la que los mismos autores –organizados en paneles temáticos– se sentaron en la silla de expositores para poner en palabras sus escritos.

Los Observatorios Temáticos constituyen una actividad que regularmente implementa la Facultad de Diseño y Comunicación, para todas las carreras, a través de la cual se acercan protagonistas del mundo profesional a reflexionar acerca de diversas y novedades perspectivas disciplinares.

El Observatorio Temático “Relaciones Públicas. Radiografía 2009: proyecciones y desafíos” fue presentado institucionalmente por la Universidad de Palermo y el Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina, y tuvo más de un centenar de asistentes de manera sostenida a lo largo del día, algunos del interior del país. Esta actividad estuvo dirigida a estudiantes de la carrera, profesionales y a la comunidad en general.

Observatorio Temático de Relaciones Públicas II: La Comunicación Interna: estrategia y gestión en contexto de crisis

Siguiendo la línea de la actividad anterior, esta vez de manera conjunta con la Asociación Argentina de Comunicación Interna, se llevó a cabo esta actividad de media jornada, también dirigida a estudiantes de la carrera, profesionales y a la comunidad en general.

Así, con la presencia y la participación de las autoridades de la AAdeCI –Asociación Argentina de Comunicación Intern– Alejandro Formanchuck y Andrea Lojo –Presidente y Vicepresidente respectivamente– se incurrió en cuestiones muy actuales y específicas de la comunicación interna, en el marco del contexto de crisis del 2009 tras los cambios de la economía global, y cómo esto impactó a las empresas y en consiguiente, a la comunicación interna, uno de los más discutidos intangibles a la hora de recortar presupuestos. De este observatorio participaron como expositores Virginia Marega Maggio, Lorena Molfino, Natalia Gutenmajer, Gonzalo Montemurro y Ariel Gurmandi.

Programa Desayunos Profesionales DC: intercambio y reflexión

Este resultó un formato novedoso, por el delicado equilibrio, casi sutil que persigue la actividad y que es su propia esencia. Sobre esto, debatieron arduamente los organizadores, procurando preservar un formato óptimo que se ajuste al perfil y necesidades de los asistentes.

Para los Desayunos Profesionales DC, la Facultad de Diseño y Comunicación realizó una alianza estratégica con Revista Imagen, la que se materializó a través de un trabajo en equipo conformado por Diego Dillenberger y Paola Lattuada, quienes a lo largo del año trabajaron para detectar temas de relevancia y candentes del

quehacer profesional. Temas muy nuevos, esos que requieren de un café con un colega para un intercambio de opiniones, y plantearlos en un marco grupal, pero conservando ese mismo espíritu: la charla con el colega respetado.

Así tomaron vida los Desayunos Profesionales DC, una propuesta especialmente pensada para los profesionales de la comunicación corporativa, para compartir ideas y reflexionar en un espacio distendido y ameno, acerca de los temas más actuales de la agenda profesional.

Para asistir a los Desayunos Profesionales DC, es necesaria invitación. No es una actividad abierta a estudiantes ni a la comunidad en general, con el fin de preservar un terreno de reunión entre quienes están al frente de las áreas de comunicación de las empresas, organizaciones y consultoras, e integrantes de la comunidad académica de relaciones públicas de la UP, en un debate íntimo y sincero. De por medio, un desayuno para compartir y, como encauzadores del debate, algunos referentes de cada temática, cuyo objetivo no es realizar una exposición sino dar esa opinión calificada en el tema convocante.

Y la Facultad, propiciando y facilitando este espacio de intercambio y reflexión para que los más destacados profesionales y académicos de las relaciones públicas, se reúnan, analicen cambios de paradigmas, tendencias, nuevas modalidades, desafíos de la agenda profesional. Todos se enriquecen, sumando nuevas perspectivas. En el 2009 se realizaron los siguientes desayunos:

- El Dircom para los Dircoms: sobre las novedades del último libro de Joan Costa “El Dircom hoy- Dirección y Gestión de la Comunicación en la nueva economía” en cuya edición participó la Universidad de Palermo. El panel estuvo conformado por Adriana Vaccaro, del Círculo Dircom, Antonio Ambrosini, del Departamento de Entretenimiento y Medios de la Universidad de Palermo, Diego Dillenberger de Revista Imagen y Paola Lattuada, del Departamento de Relaciones Públicas de la Facultad.

- El desafío 2.0 para comunicadores institucionales: se debatió acerca de cómo comunicar, monitorear, medir y preservar la imagen de las organizaciones en el mundo de las redes sociales, cuando cada individuo es un medio de comunicación. El panel estuvo integrado por Darío Gallo, editor de Perfil.com, Lucas Lanza, consultor de comunicación política especializado en redes sociales, Alberto Arébalos, director regional de Relaciones Institucionales de Google, Diego Dillenberger y Paola Lattuada. Además, Revista Imagen facilitó en exclusiva, un adelanto de los resultados de una encuesta de CIO: ¿los profesionales se sienten preparados ante el desafío 2.0?

- ¿Cómo impacta a la comunicación corporativa la nueva legislación de servicios audiovisuales?: en relación a la nueva legislación de servicios audiovisuales y sus implicancias en la gestión comunicacional. Para esta oportunidad, conformaron el panel Henoch Aguiar, ex Secretario de Comunicaciones y Experto en Medios y Comunicación, Gustavo Quiroga, Presidente de EPM, Planificadora de Medios de capitales nacionales, Daniel Valli, Gerente General de Mora y Araujo, Grupo de Comunicación, Diego Dillenberger y Paola Lattuada.

Es de destacar que los asistentes a los Desayunos Profesionales DC fueron un distinguido y respetado grupo de profesionales de las relaciones públicas y la comunicación corporativa —que por riesgo de omisión no se mencionan aquí— pero que con su participación y presencia jerarquizaron la actividad.

Premios Eikon 2008: presentación en la UP

Siguiendo la tradicional actividad que la Facultad de Diseño y Comunicación y Revista Imagen vienen realizando desde hace 12 años, a principios del 2009 se presentaron los casos ganadores de los Premios Eikon 2009, galardón que es otorgado por Revista Imagen y de gran prestigio para el mercado local. Así, los protagonistas de los casos ganadores se acercaron a la universidad para exponer sus prácticas y responder preguntas. Esta actividad es abierta para la carrera de relaciones públicas y la comunidad general.

Premios Eikon 2009: Paola Lattuada integra el Jurado

Para la elección de los Premios Eikon 2009, ocasión en la que se seleccionan las mejores prácticas del mercado local por categoría de gestión, fue convocada como miembro del jurado Paola Lattuada en representación de la Universidad de Palermo. Integrar el Jurado de los Premios Eikon es una distinción para los profesionales del área.

La Revolución Horizontal: libro de Alberto Arébalos y Gonzalo Alonso

La charla “La Revolución Horizontal. El poder de la comunicación en manos de la gente” fue otra actividad dirigida a estudiantes de la carrera, profesionales del área y abierta a la comunidad. En esta oportunidad los autores del libro homónimo, Alberto Arébalos y Gonzalo Alonso, hablaron acerca de los paradigmas de la historia de internet, el nuevo modelo de la comunicación, el papel del *peer* en la web social, las herramientas de *marketing* en internet, la reputación y la credibilidad de la empresa y la manera de hacer más efectivo el trabajo de las relaciones públicas así como las nuevas relaciones con los medios y los periodistas. Este libro se constituye en uno de los primeros en español del continente latinoamericano, que reflexiona sobre las claves para entender el cambio en la forma en que las marcas, empresas y políticos se relacionan y comunican con los consumidores, clientes y votantes.

En todas las actividades, también se fue haciendo eco la prensa especializada, que valoró la calidad de los contenidos y de las propuestas acercadas, al igual que quienes participaron regularmente de las actividades. Todos ellos, autores, expositores, participantes, profesores, líderes de opinión, terminan el 2009 con una mayor certeza. Lo mejor de los dos mundos es posible. Al menos, de a ratos y en torno a las relaciones públicas y la comunicación corporativa. El mundo profesional y el académico se acercan, se juntan y despliegan lo mejor de sí con resultados definitivamente favorables para el progreso y consolidación de la profesión.

Arte en contexto: Giovanni Battista Piranesi entre el Enciclopedismo y el Romanticismo

Alejo Lo Russo

El espacio Taller de Reflexión Artística I propone un acercamiento al fenómeno artístico con el fin de promover la comprensión del lenguaje plástico en los futuros profesionales del diseño. El abordaje que proponemos para cada movimiento artístico es en principio la contextualización como punto de partida con el fin de que el alumno pueda reflexionar acerca de las relaciones del arte con las variables del momento histórico en el que se manifiesta. En este aspecto es fundamental el planteo de un panorama sintético y preciso acerca de las dimensiones sociales, culturales, políticas y económicas pertinentes para cada caso.

Presentamos a modo de ejemplo las variables a tener en cuenta para comprender la obra de Giovanni Battista Piranesi en el complejo entramado cultural del siglo XVIII.

Dice José Jiménez respecto de la Modernidad: “Ya no tenemos dioses. La experiencia de la Modernidad supone que el hombre se encuentra enteramente a solas en el escenario biológico y material que habita...” “...La Modernidad es precisamente la época que se problematiza a sí misma, que necesita identificarse diferenciándose de otras épocas. La prosa de la Modernidad ha ido alumbrando diferentes relatos en torno a un salto metafórico, de fuerte densidad poética: autonomía humana, que los individuos humanos se conviertan en protagonistas de sus propias vidas” (Jiménez, J; pp 11 y 25)

Y así como se recorrió este camino hacia la autonomía humana, la Modernidad fue escenario de un cambio en la percepción del mundo. La ausencia de la explicación divina llevó al hombre a buscar nuevas explicaciones y es ahí donde surgió una búsqueda de la verdad científica.

“Las ciencias se separan de la Iglesia Católica. Lo ‘otro’ sólo es verdad para el hombre libre, que no busca en la cosa particular la manifestación de lo divino, sino que considera al mundo exterior como exterior, en efecto, y se vuelve prácticamente hacia él...” “...Ha surgido pues un interés universal por estudiar y conocer el mundo presente. Lo universal en la Naturaleza son las especies, los géneros, la fuerza, la gravedad reducidas a sus manifestaciones, etc. La experiencia se ha convertido así en ciencia del mundo, pues la experiencia es, por una parte, la percepción, pero además el descubrimiento de la ley, de lo interior, de la fuerza, en cuanto a que reduce lo existente a lo simple” (Hegel, J.G.F; pp 811 y 813).

De manera que en la Modernidad encontramos dos ideas que son fundamentales y características de la época: La autonomía del hombre y la búsqueda de la ley de las cosas a partir de la experiencia. Claro que ambas ideas son dependientes una de la otra.

Si tomamos a nuestro autor Giovanni Battista Piranesi (1720-1778), arquitecto y grabador veneciano que vivió la mayor parte de su vida en Roma, advertimos en él el flujo de las ideas de la Modernidad que se refleja en su obra.