

Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales  
Directora: Lic. Nancy E. López



FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA COMUNICACIÓN  
Decana: Lic. Rut Vieytes

**Sedes Centro, Olivos, San Isidro,  
Santa Fe y Resistencia**

# **VII Jornadas Anuales de Relaciones Públicas e Institucionales**

**“Construyendo relaciones sustentables en un  
contexto digitalizado”**

**25 al 27 de septiembre de 2023**

**Memorias de Resúmenes de las VII Jornadas  
Anuales de Relaciones Públicas e Institucionales**

**UCES**

**25 al 27 de septiembre de 2023**

*Construyendo relaciones sustentables en un contexto digitalizado*

Año 1; 2023 – ISSN 3008-8259

*Memorias de Resúmenes de las VII Jornadas Anuales de Relaciones Públicas e Institucionales*, es una publicación virtual de carácter anual editada por la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales. Incluye los resúmenes de las Actividades, Talleres y Exposiciones presentados en las *VII Jornadas Anuales de Relaciones Públicas e Institucionales de la Facultad de Ciencias de la Comunicación* y los resúmenes de la Actividad de Extensión Universitaria titulada *Ciclo ODS 2030: “El aporte del PR a los Objetivos de Desarrollo Sostenible”*, realizado en el marco del Programa Estudiantes en Acción.

Editor/a Responsable: Lic. Rut Vieytes, Decana de la Facultad de Ciencias de la Comunicación-UCES, Paraguay 1401, Piso 8, CABA, Argentina. Código Postal: C1061ABA Tel: +54-11-4815-3290. Mail: [fcc@uces.edu.ar](mailto:fcc@uces.edu.ar).

URL: <http://dspace.uces.edu.ar:8180/xmlui/handle/123456789/6745>

ISSN 3008-8259 otorgado por el Centro Argentino de Información Científica y Tecnológica – CONICET.

El contenido de esta publicación es el resultado del registro de lo acontecido en las *VII Jornadas Anuales de Relaciones Públicas e Institucionales de la Facultad de Ciencias de la Comunicación* y en el *Ciclo ODS 2030: “El aporte del PR a los Objetivos de Desarrollo Sostenible”*, y mantiene el punto de vista y las opiniones de quienes fueron responsables de las distintas actividades.

## **Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES)**

### **Autoridades de Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales**

Dr. Gastón A. O’Donnell

RECTOR

Lic. María Laura Pérsico

VICERRECTORA GENERAL

Lic. Esp. José Fliguer

VICERRECTOR DE EVALUACIÓN UNIVERSITARIA

Lic. Viviana Dopchiz

SECRETARIA GENERAL ACADÉMICA

### **Autoridades de la Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Lic. Rut Vieytes

DECANA

DG Sebastián Gallo

**DIRECTOR DE LA LICENCIATURA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL**

Lic. Federico Ferme

**DIRECTOR DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

Lic. Nancy López

**DIRECTORA DE LA LICENCIATURA EN RELACIONES PÚBLICAS E  
INSTITUCIONALES**

S/A

**LICENCIATURA EN PUBLICIDAD**

Lic. Oscar Bosetti

**VICEDIRECTOR DE LA LICENCIATURA EN PERIODISMO**

Mg. Javier Benyo

**COORDINADOR DE INVESTIGACIÓN**

Lic. Lucía Rinaldi

**COORDINADORA DE COMUNICACIÓN**

Dra. María Luisa Diz

**COORDINADORA DE EXTENSIÓN, GRADUADOS Y ESTUDIOS DE POSGRADO**

Lic. Cintia Mariscal

**EDITORIA DE REVISTAS CIENTÍFICAS**

**Comité Organizador**

Lic. Nancy López (Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Argentina)

Lic. Lucía Rinaldi (Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Argentina)

**Equipo Editorial**

**RESPONSABLE EDITORIAL**

Lic. Rut Vieytes (Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales - Universidad de Buenos Aires - Universidad Tecnológica Nacional, Argentina)

**COMITÉ EDITORIAL**

Lic. Nancy López (Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Argentina)

Dra. María Luisa Diz (Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Argentina)



**Colaboraron en este número:**

**Prof. Brenda Parra Batalla**

**Prof. Nora Perotti**

**Prof. María Rosa Dominici**

**Prof. Justo J. Baragiola**

## Contenido

Presentación (Rut Vieytes).....	8
<b>VII Jornadas Anuales de Relaciones Públicas e Institucionales</b>	
Herramientas para una comunicación inclusiva y accesible (Paula Saini) .....	10
El impacto de un ciberataque en la reputación (Aldo Leporati) .....	11
Cambio cultural y nuevos proyectos: El caso de Producto Digital de El Litoral (Joel Barrios).....	12
Trade-Marketing y nuevas tecnologías: El posicionamiento y la imagen en el punto de venta (Sebastián Espíndola) .....	13
Impacto de las redes sociales en las organizaciones sin fines de lucro: El caso de la Fundación Ramón Carrillo (María Alejandra Gómez) .....	14
La sustentabilidad y el posicionamiento en medios públicos (Raquel Aparicio, Micaela Mendeleovich y Lorena Peverengo) .....	15
Cómo lograr un liderazgo efectivo en un contexto digitalizado (María Rosa Dominici).....	16
¿La naturaleza nos invade? El desafío de comunicar la biodiversidad en la agenda actual (Florencia Roqueta y Laura Nadersohn) .....	17
Comunicación, prensa e influencer marketing: De la estrategia al éxito. Análisis de los casos Puma y Remax (Julieta Albornoz y Nataly Gramajo).....	18
Herramientas prácticas para ONG en el uso de redes sociales: Análisis del caso Asociación Civil Endo Santa Fé (Autoridades de la institución y estudiantes de la Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales) .....	19
Panel: La responsabilidad de las empresas en el desarrollo sustentable de la sociedad (Soledad Dagnino y Carolina Ferrero) .....	20
Impacto de la Inteligencia Artificial en la redacción de documentos institucionales (Juan Dandeu).....	21
Campañas Políticas en Redes Sociales (Iván Gyöker).....	22
El rol del RRPP en la gestión de los conflictos: El impacto de las herramientas de negociación y mediación (Daniel Martínez Zampa) .....	23
Nos recibimos de relacionistas públicos... ¿y ahora? (María Laura Maceri y Laura Gatti).....	24
La comunicación en la función pública (Diego Arévalo) .....	25

De la teoría a la práctica: Claves de la consultoría (Carolina Romero y Carolina Alvarado).....	26
Belleza por un futuro: Comunicación con propósito (Mariana Petrina) .....	27
Panel: El desafío sustentable y estratégico de las organizaciones en el contexto climático actual (Paula López y Clara Subirachs).....	28
Ceremonial: Un aporte estratégico en la gestión de las Relaciones Públicas para potenciar el desarrollo personal y profesional (Ivanna Skok) .....	29
PR en Santa Fé: Oportunidades y desafíos para jóvenes profesionales (Justo J. Baragiola).....	30
La incidencia de la comunicación visual en plataformas digitales (Joana Edith Sánchez).....	31
El rol de las relaciones públicas y el periodismo en la gestión de medios (Guillermina Capitanich).....	32
El protagonismo de la mujer en la política (Olga Saporitti) .....	33
Comunicación y nuevas tecnologías (Celeste Saenz) .....	34
¿ADN sustentable o green washing? (Marcos Uribelarrea).....	35
<b>Ciclo ODS 2030: “El aporte del PR a los Objetivos de Desarrollo Sostenible”.....</b>	<b>36</b>
DÍA 1: miércoles 17 de mayo.....	37
El discurso de igualdad desde un enfoque comunicacional. La importancia simbólica de la representación mediática del género y la diversidad (María José Mantilla).....	37
DÍA 2: jueves 18 de mayo.....	39
Visibilizar la desigualdad en Relaciones Públicas. Aportes para cerrar la brecha de género (María Luz Canella Tsuji, Candela Fernández y María Marta Giménez Dean).....	39
DÍA 3: martes 23 de mayo.....	42
¿Hasta dónde podemos llegar? La historia de mujeres profesionales rompiendo barreras en el sector corporativo (Andrea Anania, Candelaria Becco y María Estefanía Borthiry Buidi).....	42



**Empoderando a las mujeres en barrios vulnerables. Un enfoque en la igualdad de género con impacto económico, social y político (María Ramallo).....44**

## Presentación

Directivos de empresas, consultoras y académicos de distintos puntos del país expusieron en las **VII Jornadas Anuales de Relaciones Públicas e Institucionales**, que se llevaron a cabo del 25 al 27 de septiembre en las sedes de UCES en la Ciudad de Buenos Aires, Olivos, San Isidro, Ciudad de Santa Fe y Resistencia.

A lo largo de tres días, más de 800 personas asistieron a las actividades que se realizaron en las distintas regiones en las que se dicta la Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales. Más de 30 expertos compartieron sus experiencias y conocimiento en conferencias, talleres y debates, bajo el lema "*Construyendo relaciones sustentables en un contexto digitalizado*".

Participaron responsables de áreas de comunicación y negocio de L'Oreal, Ledesma y Fundación Temaikén; consultoras como Porter Novelli, Feedback PR y Pulpo; funcionarios públicos, candidatos y asesores políticos; y representantes de medios de comunicación como Radio Nacional, Radio de la Ciudad, El Litoral y medios públicos de Chaco, entre otros.

En las distintas propuestas se abordaron tópicos fundamentales para la disciplina como comunicación política, comunicación interna y comunicación inclusiva. También se debatió sobre biodiversidad y *greenwashing*; liderazgo, gestión de conflictos y reputación en situaciones de crisis; y se analizó el impacto de las redes sociales y la incidencia de la Inteligencia Artificial en la profesión.

En estas memorias de resúmenes también se incluye un registro del **Ciclo ODS 2030: "El aporte del PR a los Objetivos de Desarrollo Sostenible"**, desarrollado por la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UCES los días 17, 18 y 23 de mayo. Este ciclo iniciado con el objetivo de contribuir a la consolidación de los ODS en la Universidad, contó en la edición 2023 con actividades de extensión organizadas por estudiantes de la Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales (RPI), abocados a investigar, reflexionar y proponer ideas que contribuyan a asegurar la prosperidad general.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) fueron adoptados durante la 70<sup>a</sup> Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), realizada en septiembre de 2015 en Nueva York. En esa reunión se congregaron Jefes de Estado, dirigentes gubernamentales,

representantes de alto rango de las Naciones Unidas y entidades de la sociedad civil.

Los ODS constituyen una agenda ambiciosa y universal para el desarrollo sostenible "de las personas, por las personas y para las personas". La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) contribuye a la implementación de los ODS a través de su trabajo en las siguientes áreas: Educación, Ciencias Naturales, Ciencias Sociales y Humanas, Cultura, y Comunicación e Información.

Los y las estudiantes de RPI seleccionaron para esta edición el quinto ODS, que apunta a afianzar el valor y el principio universal de la igualdad de género, para reflexionar sobre cómo esta temática atraviesa a las estudiantes y profesionales en el ámbito de las Relaciones Públicas.

Por tal motivo, se expusieron cuestiones vinculadas al discurso sexista en los medios de comunicación; las desigualdades de género en el desarrollo profesional de las Relaciones Públicas; experiencias de mujeres profesionales que lograron ascender en el sector corporativo; y estrategias gubernamentales para empoderar a las mujeres emprendedoras en barrios vulnerables de la Ciudad de Buenos Aires.

**Las memorias de los resúmenes son un registro de las actividades desarrolladas a la vez que un instrumento que permite compartir con las audiencias los mails de contacto de las y los profesionales invitados, asociados a sus organizaciones de pertenencia y a las temáticas tratadas.**

El lector encontrará en estas memorias de resúmenes materiales de consulta que testimonian el intercambio entre estudiantes, docentes y profesionales, lo que contribuye a la profundización de los saberes curriculares de la Universidad y a su vinculación con las problemáticas sociales que actualmente interpelan a los graduados en Relaciones Públicas e Institución.

Rut Vieytes

Decana de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de UCES

## Herramientas para una comunicación inclusiva y accesible

**Responsables de la actividad:** Paula Saini

**Email:** santafe@inadi.gob.ar

**Pertenencia institucional:** INADI

### Resumen de la actividad:

Paula Saini, delegada provincial, participó de la Apertura de las VII Jornadas Anuales de Relaciones Públicas e Institucionales de la Universidad UCES que estuvo a cargo de la Licenciada Rut Vieytes, Decana de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

La exposición se denominó “Herramientas para una comunicación inclusiva y accesible” y fue coordinada por Justo Baragiola, responsable del área de comunicación del Centro Comercial de Santa Fe y docente UCES.

Participaron más de 50 estudiantes de manera presencial que debatieron, consultaron y brindaron sus aportes sobre la comunicación y su rol en la sociedad. La misma fue transmitida por zoom para todas las 17 sedes que tiene la UCES en todo el país.

## El impacto de un ciberataque en la reputación

**Responsables de la actividad:** Aldo Leporati

**Contacto:** <https://ar.linkedin.com/in/aldo-leporati-reputation>

**Pertenencia institucional:** Porter Novelli

### Resumen de la actividad:

Aldo Leporati, Managing Director de la consultora Porter Novelli y experto en Risk Management, analiza los riesgos reputacionales que enfrentan las empresas y los ejecutivos debido a estafas informáticas y otros ataques personales y profesionales. La presentación se centra en qué acciones tomar y cómo minimizar el impacto de estos eventos. El objetivo es conocer estrategias de "cleaning digital".

En el mundo actual, Internet puede convertirse en un árbitro implacable de la reputación de personas y marcas. Los ataques digitales y la desinformación representan amenazas reales que pueden afectar empleos y negocios. Muchos carecen de conocimientos sobre cómo resguardar su reputación en línea.

La disertación aborda los siguientes temas:

1. La evolución de la reputación en el contexto de tribunales paralelos hiperconectados.
2. Los desencadenantes que pueden poner en peligro la imagen de una marca ante la opinión pública.
3. Estrategias para proteger a las marcas de las noticias falsas y evitar que los interesados desconfíen de ellas.
4. Ciberseguridad y la problemática de la suplantación de identidad.

Se destaca la importancia de la transformación digital en la protección de la reputación en línea, con un enfoque en el uso de Inteligencia Artificial y Big Data en dos áreas clave: Cleaning Digital y Blindaje Digital.

Un desafío actual radica en la falta de regulación local que proteja a los buscadores de Internet y las redes sociales, lo que plantea un riesgo significativo para la reputación personal y empresarial. La reputación, que se construye con esfuerzo, puede ser destruida en cuestión de momentos en la era digital.

## Cambio cultural y nuevos proyectos: El caso de Producto Digital de El Litoral

**Responsables de la actividad:** Joel Barrios/ Federico Cioni

**Contacto:** [joelbar@hotmail.com](mailto:joelbar@hotmail.com)/ <https://ar.linkedin.com/in/fcioni>

**Pertenencia institucional:** Abogado, profesor en Ciencias Jurídicas, idóneo y especialista en Ceremonial y Protocolo/ Jefe de Producto y Audiencias de El Litoral

### Resumen de la actividad:

Joel Barrios resalta el papel esencial de las Relaciones Públicas en las campañas políticas y la comunicación electoral. Hace hincapié en la relevancia de la ubicación en los eventos políticos como un mensaje en sí mismo, así como en la capacidad de las estrategias de difusión de mensajes para cambiar su significado dependiendo del contexto. Además, se discute cómo cada político crea su propia narrativa utilizando herramientas de comunicación para construir una imagen positiva tanto para el público como para los medios de comunicación.

La disertación de Federico Cioni buscó dar a conocer el trabajo en innovación que se realiza desde el centenario medio de la provincia de Santa Fe desde una visión del Producto Digital: formatos periodísticos, equipos de trabajo y las metodologías que llevan adelante para conseguir los resultados esperados fueron algunos de los tópicos.

Además, se hizo un pantallazo sobre cómo el área de Audiencias mide las interacciones de los lectores/usuarios en cada una de las plataformas (web, redes sociales y off social) para entender su comportamiento y ofrecer productos acordes a sus necesidades.

## Trade-Marketing y nuevas tecnologías: El posicionamiento y la imagen en el punto de venta

**Responsables de la actividad:** Sebastián Espíndola

**Email:** [espindolasebastian1@gmail.com](mailto:espindolasebastian1@gmail.com)

**Pertenencia institucional:** Trade-Marketing

### Resumen de la actividad:

Sebastián Espíndola, Licenciado en Relaciones Públicas e Institucionales y Supervisor de Trade-Marketing, centra su disertación sobre el Trade-Marketing y su relación con las nuevas tecnologías. La presentación comienza con un juego interactivo para involucrar a la audiencia, fomentando la participación. Se explica el concepto de Trade-Marketing y se proporcionan consejos esenciales para superar a la competencia en el punto de venta. Además, se resalta la importancia de la empatía en las relaciones y la habilidad de comunicación efectiva para establecer conexiones significativas.

## **Impacto de las redes sociales en las organizaciones sin fines de lucro: El caso de la Fundación Ramón Carrillo**

**Responsables de la actividad:** María Alejandra Gómez

**Email:** nooxonec.agroecologico@gmail.com

**Pertenencia institucional:** Fundación Ramón Carrillo

### **Resumen de la actividad:**

La Dra. María Alejandra Gómez, Abogada, Magíster en Derecho Ambiental y Presidenta de la Fundación Ramón Carrillo, destaca el ejemplo de esta institución y su enfoque en abordar problemas medioambientales. Se resalta la importancia de la colaboración con influencers comprometidos con la causa ambiental a través de las redes sociales, lo que les permitió recaudar fondos y obtener un apoyo significativo. Como resultado, la organización fue reconocida como la ONG del Año 2022 en la provincia del Chaco.

## La sustentabilidad y el posicionamiento en medios públicos y privados ante la competitividad de los medios digitales y el avance de las redes sociales

**Responsables de la actividad:** Raquel Aparicio/ Micaela Mendeleovich/ Lorena Peverengo Lacombe

**Contacto:** <https://ar.linkedin.com/in/raquel-aporicio-gordillo-09aa3513>

[https://ar.linkedin.com/in/lorena-peverengo-lacombe-27289017?trk=public\\_post\\_feed-actor-name](https://ar.linkedin.com/in/lorena-peverengo-lacombe-27289017?trk=public_post_feed-actor-name)

**Pertenencia institucional:** Radio Ciudad/ Periodista, investigadora, docente y conductora del programa "La Mujer" junto a Graciela Borges.

### Resumen de la actividad:

Lorena Peverengo Lacombe, posgrado en periodismo de investigación y conductora del programa "La Mujer" junto a Graciela Borges, centra su charla en la sustentabilidad en medios radiales ante la competitividad de los medios digitales y comparte su experiencia respecto a trabajar por nichos de interés, haciendo especial hincapié en el uso de los podcasts por capítulos temáticos. Se suman a esto, Raquel Aparicio, productora general de Radio Ciudad y la periodista Micaela Mendeleovich, dando su enfoque desde la perspectiva de lo que ocurre en medios públicos y medios privados, sabiendo que actualmente la radio se convirtió en un medio digital.

## Cómo lograr un liderazgo efectivo en un contexto digitalizado

**Responsables de la actividad:** María Rosa Dominici

**Email:** mrosadominici@gmail.com

**Pertenencia institucional:** Tech Maindra, Visión Pymes y UCES

### Resumen de la actividad:

María Rosa Dominici, Human Resources Leader en Tech Mahindra, Directora Ejecutiva en Visión Pymes y Docente de UCES, afirma que la comunicación digital es una realidad presente hoy en todas las organizaciones y proporciona innumerables beneficios. Por ejemplo, permite a las marcas transmitir sus mensajes a clientes potenciales en distintas partes del mundo; genera una mejor interacción con los públicos con los cuales la organización se relaciona; proporciona un flujo constante de información y de retroalimentación necesaria para la toma de decisiones de manera rápida y sencilla; incrementa el capital intelectual de la empresa y la hace más competitiva en el mercado. En definitiva: en un mundo globalizado la comunicación digital es nuestra mayor aliada estratégica. Por ello, la implementación de estas nuevas herramientas y tecnología digital en la empresa, deben ser lideradas eficazmente y considerando diversos aspectos durante el proceso, esta charla trata acerca de la forma más óptima de hacerlo.

En la disertación se presentan las características de un líder y de un contexto digitalizado, así como también las pautas para lograr un liderazgo efectivo en un contexto digital.

## ¿La naturaleza nos invade? El desafío de comunicar la biodiversidad en la agenda actual

**Responsables de la actividad:** Florencia Roqueta/ Laura Nadersohn

**Email:** [laura@feedbackpr.com.ar](mailto:laura@feedbackpr.com.ar)

**Pertenencia institucional:** Fundación Temaikén/ Feedback PR

### Resumen de la actividad:

Florencia Roqueta, Gerente Responsable de Comunicaciones Integradas de Fundación Temaikén y Laura Nadersohn, Comms Director en Feedback PR, afirman que desde la Fundación Temaikén están comprometidos en proporcionar a los estudiantes, quienes serán los futuros comunicadores de Argentina, herramientas y conocimientos esenciales para mejorar sus capacidades en la comunicación y difusión de asuntos relacionados con la fauna y flora autóctonas. Estos temas son intrincados y a menudo se pasan por alto en la rutina diaria de los comunicadores, debido a la falta de tiempo para profundizar en ellos.

En esta enriquecedora charla, se abordan los conceptos fundamentales relacionados con la biodiversidad argentina, las amenazas ambientales que enfrenta y las estrategias de conservación. Se reconoce la importancia de estos temas en el contexto actual, donde la preservación de la flora y fauna autóctonas es esencial para la sostenibilidad del ecosistema y la calidad de vida de la sociedad.

Además, se ofrecen valiosas ideas y consejos para abordar estos temas de manera efectiva en el periodismo y en la creación de contenido. Se destaca la necesidad de una comunicación precisa, informativa y comprometida con la conservación de la biodiversidad. Se alienta a los futuros comunicadores a ser agentes de cambio y a utilizar su influencia para sensibilizar al público sobre la importancia de proteger y preservar la riqueza natural de Argentina.

En resumen, esta charla es una oportunidad invaluable para equipar a los comunicadores del futuro con las herramientas necesarias para enfrentar los desafíos ambientales, promover la conciencia y la acción, y contribuir al bienestar de la biodiversidad argentina y, en última instancia, de nuestro planeta.

## Comunicación, prensa e influencer marketing: De la estrategia al éxito. Análisis de los casos Puma y Remax

**Responsables de la actividad:** Julieta Albornoz y Nataly Gramajo

**Contacto:** <https://ar.linkedin.com/in/julyalbornoz>

<https://ar.linkedin.com/in/natalygramajo>

**Pertenencia institucional:** Feedback PR

### Resumen de la actividad:

Julieta Albornoz y Nataly Gramajo, ambas Comms Executive en Feedback PR y a cargo de las cuentas de Puma y Remax respectivamente, explican la forma en que trabajaron a través de redes los casos de éxito comunicacional de las marcas mencionadas. En el caso de Puma se explicita la repercusión lograda al trabajar con influencer como Lali Espósito, Los MYA y Emanero según los diferentes productos de la línea. En el caso de Remax bajo la campaña “Hablemos de Verdad”, se muestra como la firma sometiéndose a una crisis voluntaria logró revertir una problemática comunicacional.

## Herramientas prácticas para ONG en el uso de redes sociales: Análisis del caso Asociación Civil Endo Santa Fé

**Responsables de la actividad:** Autoridades de la institución y estudiantes de la Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales

**Email:** justobaragiola@yahoo.com.ar

**Pertenencia institucional:** UCES

### Resumen de la actividad:

En el marco de la materia Relaciones Públicas para ONGs, alumnos de cuarto año de la carrera realizaron una capacitación en Redes Sociales para ONGs en la que participaron 60 personas tanto presencial como virtual.

Los alumnos eligieron la temática luego de conocer la realidad de la FOS (Feria de las Organizaciones Sociales de Santa Fe), e identificar que las organizaciones de la ciudad carecían de conocimiento sobre cómo gestionar sus Redes Sociales.

El trabajo realizado constó de la planificación de la capacitación, la preparación de material teórico, la división de tareas y la ejecución (siendo 4 alumnos los expositores del contenido).

El día de la exposición del trabajo en las Jornadas Anuales de Relaciones Públicas, participaron dos personas de la ONG "EndoSantaFe" para compartir su experiencia como receptoras de la capacitación; destacando cuan útil fueron las herramientas que adquirieron.

## Panel: La responsabilidad de las empresas en el desarrollo sustentable de la sociedad

**Responsables de la actividad:** Soledad Dagnino/ Carolina Ferrero

**Contacto:** <https://ar.linkedin.com/in/soledaddagnino>

**Pertenencia institucional:** Alfa Laval/ Colegio Todos los Santos

### Resumen de la actividad:

Soledad Dagnino y Carolina Ferrero centran su presentación en el Programa de Sustentabilidad "Guardianes de la Tierra" del Colegio Todos los Santos, ubicado en San Isidro. Dagnino, Licenciada en Relaciones Públicas y Communications Manager de Alfa Laval Southern Cone, y Ferrero, Licenciada en Ciencias Biológicas y Coordinadora del Área de Ciencias Naturales en el Colegio Todos los Santos, comparten sus experiencias con respecto a este Programa. El Colegio busca cumplir su misión de formar individuos sensibles a la naturaleza y a los demás, promoviendo valores como el cuidado, el respeto, la solidaridad y la amistad.

El Programa "Guardianes de la Tierra" involucra a alumnos de jardín, primaria y secundaria del Colegio y se compone de tres proyectos internos: "Jardín de Autóctonas" (ex mariposario), "Compostera Nueva" y "Botellas de Amor." Estos proyectos abordan temas como ciudades sustentables, economía circular, empresas B, biodiversidad en la escuela, huella hídrica, huella de carbono, estudio de aves y mariposas en el colegio, y una huerta agroecológica compostera.

Además de los proyectos internos, el Colegio participa en proyectos externos como "Unplastify" en la secundaria, "Así son los suelos de mi país" en tercer grado de primaria, e "Isla Distintas" en primaria y primer año de secundaria. Se destacan colaboraciones con aliados como Aves Argentinas y el Club de Observadores de Aves, así como invitados como Mamaland (bolsas reciclables), Pedro Friedrich (empresas B Argentina), Ener Education (empresa de paneles solares del colegio), Parley (limpieza de océanos), Ledesma y Ecohouse.

La ponencia también presenta el Proyecto "Creatividad, Actividad y Servicio" (CAS), que incluye actividades como un viaje al Norte en colaboración con Cáritas Humahuaca, contribuciones con Pequeños Pasos, el Hogar San Ignacio, la Parroquia San Ignacio de Loyola, la Parroquia San André Avelino y el Hogar Marin. Este proyecto refleja el compromiso del colegio con la comunidad y su enfoque en la responsabilidad social y la sustentabilidad.

## Impacto de la Inteligencia Artificial en la redacción de documentos institucionales

**Responsables de la actividad:** Juan Dandeu

**Contacto:** <https://ar.linkedin.com/in/juandandeu>

**Pertenencia institucional:** Agencia Aire de Emprender

### Resumen de la actividad:

La charla se centró en mejorar la práctica profesional en el ámbito de la comunicación institucional.

El objetivo principal de la presentación fue explorar cómo la tecnología de inteligencia artificial, principalmente en lo que refiere a generación de texto, puede ser una herramienta valiosa para aumentar la eficiencia en la gestión de documentos formales institucionales.

Se destacaron diversas aplicaciones de la Inteligencia Artificial, más allá de la ampliamente reconocida Chat GPT, presentando comparativas de ventajas y diferencias con otras plataformas.

El disertante, Juan Bautista Dandeu, licenciado en Administración y profesor de Administración en la FCE-UNL, así como socio fundador de la Agencia Aire de Emprender, compartió su experiencia y conocimiento en el campo, acompañado por Rodrigo Ordoñez de Aire de Emprender.

Durante la charla, se presentaron herramientas y estrategias que permiten utilizar la inteligencia artificial para:

- Mejorar la calidad de los trabajos escritos.
- Reducir el riesgo de cometer errores.
- Optimizar la gestión del tiempo en la redacción de documentos institucionales.

El público al que se dirigió esta disertación fueron los participantes, estudiantes y docentes, de las Jornadas Anuales de Relaciones Públicas e Institucionales de la UCES, quienes pudieron obtener información sobre cómo la IA puede transformar y agilizar el proceso de comunicación formal en un entorno institucional.

## Campanas Políticas en Redes Sociales

**Responsables de la actividad:** Iván Gyöker

**Email:** ivangyoker@gmail.com

**Pertenencia institucional:** Diputado provincial electo de la Provincia del Chaco

### Resumen de la actividad:

Iván Gyöker comparte su experiencia en el desarrollo de campañas políticas disruptivas en un período de dos años. Destaca la necesidad de adaptar las estrategias políticas para desafiar la percepción previa que los ciudadanos de Resistencia tenían de los políticos. Se enfoca en relacionarse directamente con la gente en lugares concurridos de la ciudad, como la peatonal, a través de una actividad interactiva llamada "Estoy dispuesto a discutir de lo que sea, con quien sea".

## El rol del RRPP en la gestión de los conflictos: El impacto de las herramientas de negociación y mediación

**Responsables de la actividad:** Daniel Martínez Zampa

**Email:** dmartinezzampa@gmail.com

**Pertenencia institucional:** Abogado, mediador y conciliador laboral.

### Resumen de la actividad:

Daniel Martínez Zampa destaca la importancia de la negociación y la resolución efectiva de conflictos a través de una actividad dinámica. Los estudiantes resaltan la necesidad de considerar cuidadosamente los aspectos clave al tratar con disputas entre el Estado y las empresas. Se subraya la importancia de identificar las necesidades e intereses subyacentes de las partes involucradas en el conflicto para lograr soluciones mutuamente beneficiosas.

## Nos recibimos de relacionistas públicos... ¿y ahora?

**Responsables de la actividad:** María Laura Maceri/ Daiana Gatti

**Email:** jupitercomunicacion2@gmail.com

**Pertenencia institucional:** Consultora Júpiter

### Resumen de la actividad:

María Laura Maceri y Daiana Gatti, Licenciadas en Relaciones Públicas e Institucionales y Directoras de Consultora Júpiter, enfatizan la importancia de la ética profesional al brindar servicios de relaciones públicas. Resaltan la necesidad de seguir formándose en el ámbito de la comunicación para asegurar oportunidades laborales más gratificantes. También destacan la importancia de permitirse cometer errores al explorar nuevos campos, ya que esto fomenta el crecimiento personal y profesional, y mencionan el uso del análisis FODA personal como una herramienta valiosa en este proceso.

## La comunicación en la función pública

**Responsables de la actividad:** Diego Arévalo

**Web:** <http://diegoarevalo.com.ar/>

**Pertenencia institucional:** Instituto de la Vivienda del Chaco

### Resumen de la actividad:

Durante su exposición, Diego Arévalo, Presidente del Instituto de Vivienda del Chaco, resalta la campaña de lanzamiento de la tarjeta Tuya del Nuevo Banco del Chaco durante su gestión. Enfatiza elementos cruciales como la conexión con la seguridad del cliente, la generación de propuestas de valor, la entrega de algo útil al público y la importancia de enfocarse en el concepto del producto más que en el producto en sí. Además, subraya la importancia de construir una sólida reputación tanto para las empresas como para los productos y servicios que ofrecen. La presentación concluye con diferentes experiencias que compartió a lo largo de su carrera en diversos cargos públicos.

## De la teoría a la práctica: Claves de la consultoría

**Responsables de la actividad:** Carolina Romero/ Carolina Alvarado

**Contacto:** <https://ar.linkedin.com/in/carolina-alvarado-rey>

**Pertenencia institucional:** Air France-KLM y The Walt Disney Company en Feedback PR/ Paramount+ y IOVlabs en Pulpo.

### Resumen de la actividad:

Carolina Romero, Ejecutiva de Cuentas SR de Air France-KLM y The Walt Disney Company, junto a Carolina Alvarado, Ejecutiva de Cuentas de Paramount+ y IOVlabs, comparten una valiosa charla con estudiantes de Relaciones Públicas e Institucionales.

Romero comienza destacando su experiencia en la gestión de influencers, celebridades, eventos y materiales de prensa para Air France-KLM Group. Luego, Alvarado profundiza en el ámbito B2B y la comunicación corporativa, explicando su labor en la gestión de eventos y la creación de materiales de prensa para IOVlabs.

Ambas expositoras también exploran la industria del entretenimiento, ofreciendo ejemplos concretos de las estrategias de Paramount+ y Disney. Resaltan el papel fundamental que desempeñan los asistentes de cuenta en las consultoras, abordando la importancia de elaborar informes mensuales y de campaña, medir resultados, generar reportes para ejecutivos y recopilar clippings.

La charla concluye con una explicación detallada sobre el trabajo de prensa, respaldado por ejemplos de sus propios proyectos, y se incluye un glosario de términos específicos en el campo de las Relaciones Públicas e Institucionales.

## Belleza por un futuro: Comunicación con propósito

**Responsables de la actividad:** Mariana Petrina

**Contacto:** <https://ar.linkedin.com/in/mariana-petrina>

**Pertenencia institucional:** L'Oreal Groupe en Argentina

### Resumen de la actividad:

Mariana Petrina, Directora de Asuntos Públicos, Comunicación y Sustentabilidad de L'Oreal Groupe en Argentina afirma que, en la era digital, las campañas con propósito presentan desafíos significativos en términos de creatividad y gestión. Este enfoque no debe perder de vista el propósito y los objetivos de impacto social o medioambiental, ya que son esenciales para alcanzar el éxito. En esta charla se aborda cómo gestionar de manera efectiva una campaña de comunicación 100% digital con el objetivo de lograr resultados concretos en *awareness*, *conversión* y *engagement*. Se transmiten estrategias clave para maximizar el impacto social y medioambiental en el entorno digital.

## Panel: El desafío sustentable y estratégico de las organizaciones en el contexto climático actual

**Responsables de la actividad:** Paula López/ Clara Subirachs

**Contacto:** <https://ar.linkedin.com/in/pulilopez>

<https://ar.linkedin.com/in/clara-subirachs-909926122>

**Pertenencia institucional:** Kolibrí Consultora/ Unplastify

### Resumen de la actividad:

Paula López, Growth Marketing en Kolibrí Consultora y Clara Subirachs, Responsable de Empresas y Políticas Públicas en Unplastify, afirman que un mundo en constante cambio, la implementación de estrategias ambientales se ha vuelto esencial para diversas organizaciones. Ya sea para mejorar la relación con los consumidores, anticiparse a las regulaciones gubernamentales, satisfacer a los accionistas o impulsar el compromiso de los empleados, existen cada vez más razones para abrazar una estrategia ambiental.

Esta presentación aborda cómo, desde *startups* hasta multinacionales, trabajan con diversas metodologías innovadoras para adaptar soluciones a desafíos específicos. Enfocan la viabilidad y escalabilidad de estas soluciones de manera ágil. Además, entienden que las organizaciones forman parte de una cadena de valor y colaboran estrechamente con socios existentes para comprender los impactos y descubrir oportunidades.

Los servicios de ambas empresas ofrecen enfoques integrales para abordar desafíos ambientales desde diversas perspectivas, con el objetivo de ayudar a las organizaciones a construir estrategias ambientales sólidas y efectivas.

## **Ceremonial: Un aporte estratégico en la gestión de las Relaciones Públicas para potenciar el desarrollo personal y profesional**

**Responsables de la actividad:** Ivanna Skok

**Email:** ivannaskok@gmail.com

**Pertenencia institucional:** UCES

### **Resumen de la actividad:**

Ivana Skok, Licenciada en Relaciones Públicas, especialista en Comunicación Política y en Protocolo y Ceremonial, afirma que cada decisión en ceremonial es un mensaje a transmitir que aportará a la negociación, relación y jerarquización de las personas involucradas. Aplicar las reglas de protocolo implica conocimiento, pero también sensibilidad, flexibilidad y adaptabilidad.

En esta charla- taller, se aprenden a tomar decisiones, definir aspectos logísticos, reunir a las partes interesadas, acordar, ordenar, coordinar y ejecutar eficazmente.

## PR en Santa Fé: Oportunidades y desafíos para jóvenes profesionales

**Responsables de la actividad:** Justo J. Baragiola

**Email:** justobaragiola@yahoo.com.ar

**Pertenencia institucional:** Centro Comercial de Santa Fé y UCES

### Resumen de la actividad:

Justo Baragiola compartió una valiosa perspectiva sobre la inserción laboral de los estudiantes y graduados de la Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales en su exposición a modo de cierre de las Jornadas. Destacó la importancia del networking como una herramienta fundamental para lograr una inserción exitosa en el mundo profesional, junto con la utilidad de plataformas como LinkedIn para construir conexiones significativas.

Asimismo, enfatizó la necesidad de comenzar a trabajar antes de obtener el título, subrayando la relevancia de adquirir experiencia práctica desde las etapas iniciales de la formación académica, lo que vínculo con la importancia del espacio curricular Trabajo de Campo y Prácticas Profesionales. Recomendó la creación de un portafolio sólido que muestre los trabajos y proyectos realizados, proporcionando a los posibles empleadores y/o clientes una visión clara de las habilidades y capacidades del profesional de nuestro campo (muchas veces desconocido en la plaza local).

Otro punto clave abordado por el expositor fue la superposición con algunas actividades de otras disciplinas, lo que evaluó como positivo dado que la diversidad de conocimientos puede ser un activo valioso para la inserción laboral, esta sinergia entre diferentes áreas potencia la adaptabilidad y versatilidad de los profesionales, brindándoles una ventaja competitiva en el mercado.

En resumen, la exposición de Justo Baragiola proporcionó valiosas estrategias y enfoques prácticos para que los estudiantes y graduados de Relaciones Públicas e Institucionales puedan pensar y reflexionar sobre su carrera profesional, destacando la importancia del networking, el uso efectivo de LinkedIn, la experiencia previa al título, la creación de un portafolio impactante y la integración de conocimientos interdisciplinarios.

## La incidencia de la comunicación visual en plataformas digitales

**Responsables de la actividad:** Joana Edith Sánchez

**Email:** prof.miguelbarrios@gmail.com

**Pertenencia institucional:** Diseñadora Gráfica, Lic. en Tecnología Educativa. Especialista en entornos virtuales del aprendizaje.

### Resumen de la actividad:

Joana Edith Sánchez destaca la relevancia de la comunicación visual y su influencia en las plataformas digitales. Aborda la necesidad de investigar y utilizar recursos visuales de manera efectiva, además de proporcionar información sobre diversas herramientas para la edición de contenido audiovisual. También resalta la idea de que la organización del contenido puede variar en función de la edad de los lectores, subrayando la importancia de adaptarse a las necesidades específicas de la audiencia para lograr una comunicación efectiva.

## El rol de las relaciones públicas y el periodismo en la gestión de medios

**Responsables de la actividad:** Guillermina Capitanich

**Email:** rrhh-ecom@ecom.com.ar

**Pertenencia institucional:** Medios Públicos de la Provincia del Chaco (Chaco TV, Radio Provinciay Agencia FOCO)

### Resumen de la actividad:

Guillermina Capitanich, directora de los Medios Públicos locales, destaca la importancia de administrar, planificar, gestionar y ejecutar la información que se va a comunicar a través de diversos medios y a diferentes públicos. Además, se promueve la interacción con la audiencia, y se analiza la gestión de los medios de comunicación en la provincia del Chaco y su relación con los partidos políticos en el contexto actual.

## El protagonismo de la mujer en la política

**Responsables de la actividad:** Olga Saporitti

**Email:** saporittiolga@yahoo.com.ar

**Pertenencia institucional:** Municipalidad de Resistencia (Chaco)

### Resumen de la actividad:

Olga Saporitti, Lic. en Relaciones Públicas e Institucionales, Consultora y ex Asesora Política de la Municipalidad de Resistencia, centra su presentación en los antecedentes que muestran cómo las mujeres a lo largo de los años han avanzado y consolidado su participación en el ámbito público y político. Destaca el progreso a partir de la década de 1990 y cómo esto también ha influido en la discusión sobre la mujer en el ámbito de la comunicación y las Relaciones Públicas.

## Comunicación y nuevas tecnologías

**Responsables de la actividad:** Celeste Saenz

**Email:** prcomdigital@gmail.com

**Pertenencia institucional:** ECOM-CHACO

### Resumen de la actividad:

Celeste Saenz, Lic. en Relaciones Públicas e Institucionales, e integrante del equipo de comunicación de ECOM-CHACO, aborda la implementación de nuevas tecnologías, incluyendo la inteligencia artificial, en el trabajo de los comunicadores. Desmiente la noción de que las máquinas podrían reemplazar a los profesionales en Relaciones Públicas y Comunicación, haciendo hincapié en que la comunicación es una habilidad inherentemente humana. Subraya que las nuevas tecnologías deben ser utilizadas como aliadas para potenciar la eficacia y eficiencia en el campo de las relaciones públicas, en lugar de sustituir a los profesionales.

## ¿ADN sustentable o *green washing*?

**Responsables de la actividad:** Marcos Uribelarrea

**Contacto:** <https://ar.linkedin.com/in/marcosuribelarrea>

**Pertenencia institucional:** Ledesma SAAI

### **Resumen de la actividad:**

La presentación de Marcos Uribelarrea se centra en el enfoque de Grupo Ledesma hacia la sostenibilidad y la innovación en sus productos, con un énfasis en la línea Ledesma NAT. El Director de Negocio de Papel de la compañía argentina destaca la misión de transmitir la producción sustentable a través de esta marca, que produce papel y cuadernos con un fuerte enfoque en la reducción de la huella de carbono.

La disertación aborda el proceso de desarrollo de productos sustentables, desde el cuaderno Ledesma +Caña hasta el lanzamiento de Ledesma NAT, un papel fabricado con 100% de caña de azúcar y sin blanqueadores químicos. Se enfatiza la versatilidad de estos productos, que abarcan diversos segmentos de mercado, desde estudiantes hasta el ámbito corporativo.

El compromiso ambiental de Grupo Ledesma también se destaca con un enfoque en la conservación y cuidado del ecosistema de las yungas en Argentina. Se menciona la colaboración con la Fundación Proyungas y la gestión de una reserva de 100,000 hectáreas.

La recepción de los productos Ledesma NAT por parte de los consumidores ha sido positiva, con un creciente número de personas que adoptan estos productos como una alternativa más sustentable. A pesar de los cambios tecnológicos y la digitalización, se resalta la importancia del papel en la educación y la experiencia de lectura.

El futuro de Ledesma NAT incluye la expansión de la línea de productos y la exploración de usos alternativos del papel en colaboración con nuevos socios. También se menciona la iniciativa para crear vajilla sustentable a partir de la pulpa Ledesma NAT como una emocionante próxima etapa del proyecto.

Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales  
Directora: Lic. Nancy E. López

**UCES** FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
Decana: Lic. Rut Vieytes

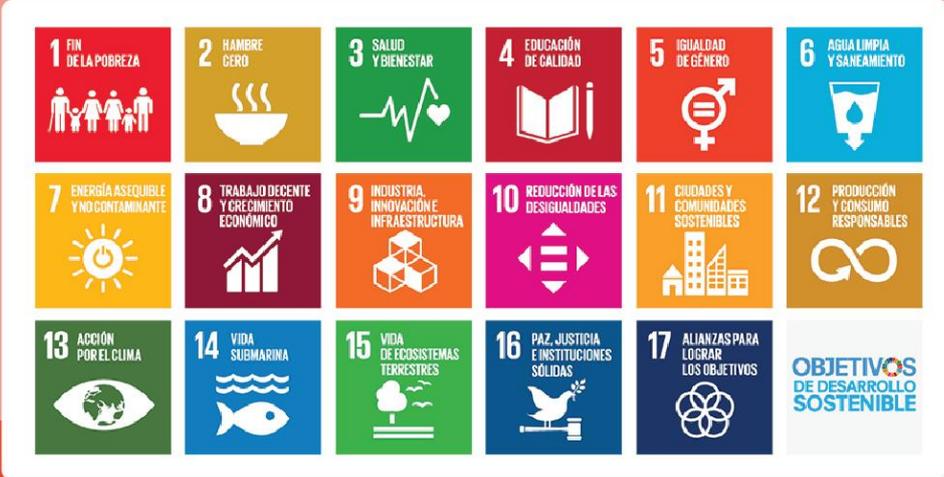
**Sedes Centro, Olivos y San Isidro** **Actividad de Extensión Universitaria**

# Programa Estudiantes en Acción

## Ciclo ODS 2030

El aporte del PR a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

17, 18 y 23 de mayo



1 FIN DE LA POBREZA	2 HAMBRE CERO	3 SALUD Y BIENESTAR	4 EDUCACIÓN DE CALIDAD	5 IGUALDAD DE GÉNERO	6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO
7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE	8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES	11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES	12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES
13 ACCIÓN POR EL CLIMA	14 VIDA SUBMARINA	15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES	16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS	17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

## Memorias del Ciclo ODS 2030: “El aporte del PR a los Objetivos de Desarrollo Sostenible”

**-Programa Estudiantes en Acción-**

UCES

17, 18 y 23 de mayo de 2023

## DÍA 1: miércoles 17 de mayo

### El discurso de igualdad desde un enfoque comunicacional. La importancia simbólica de la representación mediática del género y la diversidad

**Responsable de la actividad:** María José Mantilla

**E-mail:** [montillamariajose@gmail.com](mailto:montillamariajose@gmail.com)

**Pertenencia institucional:** Periodista y especialista en Ciencias de la Comunicación, reportera, documentalista e investigadora cultural.

#### Resumen de la actividad:

María José Mantilla presentó su exposición titulada "**Desmontando el discurso sexista: Repensando la representación mediática de género y la formación de sesgos inconscientes**". La misma abordó diversos aspectos relacionados con la percepción de género en los medios de comunicación y en la sociedad en general. A través de diferentes ejemplos, como el monólogo de Laura Dern en la película *Marriage Story* (2019) y el cómic de una diseñadora, Mantilla demostró cómo se acepta la norma social que impone mayores exigencias a las madres en comparación con los padres, basándose en imágenes de la mujer provenientes del imaginario de la religión judeo-cristiana.

La exposición también presentó los **conceptos básicos** de **patriarcado, sexo, género y perspectiva de género**, con el objetivo de brindar una comprensión más profunda de estos términos. Además, se llevó a cabo un ejercicio con los y las estudiantes utilizando la campaña "*Imagine...*" creada por CPB London (2022) en el marco del Día de la Mujer. Este ejercicio tenía como objetivo demostrar cómo funcionan los sesgos cognitivos en la definición de roles de género para determinadas profesiones.

Mantilla explicó que el término *género* apareció por primera vez en 1955, acuñado por John Money, y que la identidad de género se establece con la adquisición del lenguaje. A través de la presentación de palabras asociadas a lo femenino y lo masculino, se mostró cómo las características asociadas a lo femenino se perciben como negativas cuando se aplican a los hombres.

Además, la presentación abordó una serie de **estereotipos, sesgos y representaciones** de la mujer a través de **arquetipos**, evidenciando cómo éstos afectan la percepción y representación de las mujeres en diversos ámbitos. En este sentido, compartió los resultados de una evaluación realizada por la BBC de Londres, que reveló que los hombres hablan más que las mujeres en las películas ganadoras del Premio Oscar, y se destacó que sólo una mujer obtuvo el premio como mejor directora en los 92 años de historia de la ceremonia de premiación.

A continuación, los datos de ONU Mujeres presentados en la exposición demostraron cómo las representaciones sexistas sobre las mujeres tienen un impacto en su ausencia o relegamiento en la toma de decisiones políticas.

Las **conclusiones** clave de la presentación fueron:

- Debemos tomar conciencia de nuestros sesgos **(y privilegios)**.
- Revisar nuestras "verdades", que son el resultado de la educación, el lenguaje, el "ideal" de la familia heterosexual, las instituciones, la religión y la interacción con los **medios de comunicación**.
- Los estereotipos de roles **nos perjudican a todos**.
- La comunicación es una herramienta de cambio social.

## DÍA 2: jueves 18 de mayo

### Visibilizar la desigualdad en Relaciones Públicas. Aportes para cerrar la brecha de género

**Responsables de la actividad:** María Luz Canella Tsuji/ Candela Fernández/ María Marta Giménez Dean

**E-mail:** [luzcanellatsuji@gmail.com](mailto:luzcanellatsuji@gmail.com) / [canfernandezff@gmail.com](mailto:canfernandezff@gmail.com) / [gimenezdeanmmarta@gmail.com](mailto:gimenezdeanmmarta@gmail.com)

**Pertenencia institucional:** Comisión de Diversidad del Consejo Profesional de RR.PP./ Consejo de la Magistratura de la Nación/ Consultora *Enclave* – RR.HH. para la Inclusión

#### Resumen de la actividad:

En la presentación de **María Marta Giménez Dean**, fundadora de *Enclave*. Consultora en RRHH con perspectiva de género, inclusión y diversidad, se abordaron diversos aspectos relacionados con los roles de género impuestos por la sociedad y su impacto en las profesiones y el ámbito laboral.

Giménez Dean comenzó su presentación planteando la pregunta "**¿Somos iguales?**" para resaltar cómo desde el mismo momento en que estamos en el vientre materno, se nos imponen **roles, mandatos, sesgos inconscientes y estereotipos** de género. Esto tiene un efecto significativo en una mayor presencia de mujeres en profesiones relacionadas con las **ciencias blandas**, como la **docencia, enfermería, psicología y medicina**; mientras que su participación en profesiones relacionadas con las **ciencias duras**, como la **agronomía, tecnología, física e ingeniería**, es considerablemente más baja.

La presentadora explicó que **las empresas han comenzado a abordar temas de perspectiva de género en sus estrategias de marca empleadora** debido a la confluencia de una serie de factores. Entre ellos se encuentran los **cambios sociales**, que han llevado a una mayor visibilización de temáticas y problemáticas de género; la **innovación**, que muestra que los equipos de trabajo diversificados en términos de género son más creativos, productivos y tienen una menor rotación de personal; la **ventaja competitiva**, ya que las marcas empleadoras mejoran su imagen al crear entornos laborales respetuosos, libres de violencia y discriminación; la **legislación vigente**, que incluye leyes antidiscriminación, la Ley de Identidad de Género y la ratificación del Convenio 190 a nivel internacional; y la **brecha generacional**, ya que los y las jóvenes están impulsando el abordaje de temáticas y problemáticas de género.

Por último, se destacó la diferencia entre **igualdad y equidad**: hombres y mujeres no son iguales, pero deben tener derecho a acceder a las mismas oportunidades laborales.

**María Luz Canella Tsuji**, integrante de la Comisión de Diversidad del Consejo Profesional de RR.PP., y **Candela Fernández**, integrante del Departamento de Relaciones Institucionales y Comunicación en el Consejo de la Magistratura de la Nación, presentaron los resultados de su investigación titulada "**Techo de Cristal y RR.PP. en Argentina**". Esta investigación fue parte de un proyecto más amplio desarrollado entre 2019 y 2021,

denominado "**Enfoques transdisciplinarios en las Ciencias Sociales en el abordaje de cuestiones de género**"<sup>1</sup>. El equipo de investigación estuvo conformado por docentes, estudiantes y graduados de diferentes disciplinas de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora. La metodología utilizada incluyó la realización de una encuesta a más de 250 profesionales, así como entrevistas en profundidad.

Los resultados de la investigación arrojaron los siguientes indicadores:

- De los graduados de la Carrera de RR.PP. entre 2011 y 2018, el 82% son mujeres. Lo cual demuestra que se ha convertido en una profesión feminizada.
- El 75% no recibió **bibliografía** con perspectiva de género durante su carrera universitaria.
- El 51% no recibió **capacitación** en perspectiva de género(s) en sus trabajos, pero les hubiera interesado.
- El 14% tiene compañeros/as que se reconocen con identidades no binarias.
- El 52% tuvo mayoría de jefes hombres durante sus carreras profesionales.
- El 80.4% reconoce que existe desigualdad entre hombres y mujeres al momento de ingresar al mercado profesional de RR.PP.

Vinculado al concepto de **techo de cristal**:

- 81.2% del total de la muestra reconoce la existencia del *techo de cristal*.
- 84% de las mujeres reconoce la existencia.
- 43% de los hombres SÍ reconoce la existencia, mientras el 54% la niega.
- 53.1% de las mujeres accede a puestos de liderazgo cuando los equipos se componen principalmente por mujeres.
- En los equipos con mayoría de hombres, no hay mujeres en puestos de liderazgo.
- 57.7% de la muestra reconoce la existencia de espacios informales masculinos, donde se toman decisiones importantes de la organización que se vinculan con el crecimiento laboral de los empleados.

Con respecto a la **brecha salarial**:

- 50% de las mujeres percibe una brecha salarial con respecto a los varones.
- 60% de los varones NO percibe una brecha salarial con respecto a las mujeres.

En relación a la **desigualdad en el mercado laboral**:

- 87.3% de las mujeres percibe desigualdad en el mercado laboral con respecto a los varones.
- 64.5% de los varones percibe desigualdad en el mercado laboral con respecto a las mujeres.
- 25% de los hombres no la percibe.

Finalmente, las expositoras compartieron una serie de **iniciativas y propuestas**:

- Generar **comités mixtos** para tratar temáticas de géneros.
- **Problematizar** las situaciones de desigualdad entre varones, mujeres y personas con identidades no binarias en el ámbito laboral.
- **Preguntar, consultar y asesorarse** sobre temáticas vinculadas a cuestiones de género.
- Promover la formación de **equipos diversos y heterogéneos**.
- Promover la **capacitación** en perspectiva de géneros en los ámbitos educativo y laboral.

---

<sup>1</sup> El proyecto se encuentra disponible en la página web [enfoques.ar](http://enfoques.ar)

- Incorporar un cupo de mujeres/ trans travesti obligatorio para promulgar la **paridad de géneros**.
- Armado de **materiales e insumos** para empresas y organizaciones, en lenguaje claro, ofreciendo **datos concretos**.

## DÍA 3: martes 23 de mayo

### ¿Hasta dónde podemos llegar? La historia de mujeres profesionales rompiendo barreras en el sector corporativo

**Responsables de la actividad:** Andrea Anania/ Candelaria Becco/ María Estefanía Borthiry Buidi

**E-mail:** [aanania@roemmers.com.ar](mailto:aanania@roemmers.com.ar)/ [cbecco@urbangrupo.com](mailto:cbecco@urbangrupo.com)/  
[estefania\\_borthiry@aysa.com.ar](mailto:estefania_borthiry@aysa.com.ar)/

**Pertenencia institucional:** Grupo Roemmers Argentina/ Urban Grupo de Comunicación/ AySA

#### Resumen de la actividad:

La **Lic. Andrea Anania**, egresada de UCES y Directora del Departamento de Comunicación Interna y Bienestar del Grupo Roemmers Argentina, compartió la experiencia de su trayectoria profesional y laboral. Destacó un logro significativo en su carrera dentro de la empresa, que fue superar la barrera del ascenso laboral o "techo de cristal", gracias a su formación académica universitaria. Esta formación le brindó las herramientas necesarias para llevar a cabo el proyecto de creación del Departamento que actualmente dirige.

Por otro lado, mencionó que, aunque en el laboratorio hay muchas mujeres liderando proyectos, su presencia en puestos gerenciales sigue siendo limitada. Esto se debe a que acceder a esos roles estratégicos requiere construir una carrera profesional dentro de la compañía y a que la empresa aún no ha logrado dismantelar por completo su estructura cultural para promover la igualdad de oportunidades. Sin embargo, es alentador saber que existe receptividad y apertura por parte de la empresa, y que se está trabajando para lograr ese cambio.

La Lic. **Candelaria Becco**, Directora del Departamento de Sustentabilidad de Urban Grupo de Comunicación, creada y conformada mayoritariamente por mujeres, comenzó su exposición destacando que los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU se centran en la **equidad**, no en la **igualdad** de género. Esto significa que hombres y mujeres no son idénticos, pero deben tener los mismos derechos y las mismas oportunidades.

Además, se refirió a una serie de metáforas utilizadas para describir las barreras que afectan a las mujeres en los entornos laborales: el **techo de cristal**, los **pisos pegajosos** y los **pasillos angostos**.

Luego, mencionó que las situaciones de desigualdad de género se originan desde la infancia y el hogar, y que la sociedad y los medios de comunicación contribuyen a perpetuarlas. Por último, enfatizó en la necesidad de generar otros modelos de crianza para educar a las nuevas generaciones en modelos profesionales que promuevan la equidad de género.

La **Lic. María Estefanía Borthiry Buidi**, Jefa de Diversidad y Género en AySA, compartió datos reveladores durante una revisión de la plantilla de personal de la empresa, donde se constató que solo el 18% eran mujeres. En los puestos de toma de decisiones, este

porcentaje se reducía aún más, llegando al 14%. A pesar de que el objetivo de la empresa es alcanzar la paridad de género, la implementación de políticas de género y diversidad ha generado resistencias e incomodidades, ya que ha puesto de manifiesto los privilegios históricamente otorgados a los hombres en comparación con las mujeres.

En este sentido, AySA se encuentra trabajando para generar una distribución más equitativa de puestos para las mujeres en todas las áreas. Para abordar esta problemática, la empresa ha establecido convenios con la Universidad Tecnológica Nacional y la Universidad Nacional de Hurlingham para fomentar que las mujeres elijan carreras técnicas y, posteriormente, puedan acceder a puestos de trabajo técnicos en la empresa. Con el fin de abordar el **techo de cristal**, se están implementando políticas en AySA que permitan a las mujeres avanzar en sus carreras profesionales. Entre estas iniciativas se encuentra el aumento del período de licencia por paternidad de 15 a 30 días, así como también la realización de charlas y talleres para concientizar a los hombres sobre la importancia de compartir la experiencia de los primeros días de vida de sus hijos y brindar apoyo a sus parejas.

Por último, Borthiry Buidi mencionó que AySA está trabajando en la creación de una red de género y diversidad de operadoras de agua y saneamiento en América Latina, reconociendo que la transformación debe ser colaborativa con otras empresas.

## Empoderando a las mujeres en barrios vulnerables. Un enfoque en la igualdad de género con impacto económico, social y político

**Responsable de la actividad:** María Ramallo

**E-mail:** m.ramallo@buenosaires.gob.ar

**Pertenencia institucional:** Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

### Resumen de la actividad:

La **Dra. María Ramallo**, Jefa de Gabinete de la Dirección General de Economía Social y Popular y Coordinadora de Acceso a la Justicia y Género (GCBA), compartió datos reveladores sobre la economía social en la Ciudad. Según un relevamiento realizado por la Dirección, se estima que **2 de cada 10 trabajadores en la Ciudad forman parte de este sector**. De manera destacada, el **51.7%** de estas personas son mujeres que se encuentran en una situación laboral informal y realizan emprendimientos desde sus hogares. Esto les permite combinar estas actividades con las responsabilidades domésticas y de cuidado, generando ingresos para sus familias. En total, aproximadamente **191,000** mujeres forman parte de la economía popular en la Ciudad. Los sectores más predominantes en los que se desempeñan son el servicio doméstico, con un **96.9%** de participación, seguido por un 59% de trabajadoras familiares.

En términos de políticas de género, la expositora remarcó que, para romper con los ciclos de violencia y dependencia económica, es fundamental fomentar la autonomía económica que se encuentra estrechamente relacionada con la autoestima, el desarrollo personal y el proyecto de vida. En este sentido, desde el año pasado, se vienen implementando **talleres de inclusión financiera para mujeres**. El Ministerio de Desarrollo cuenta con una Secretaría para la Igualdad de Género, la cual ha desarrollado un portal dedicado al **manejo de las finanzas personales, la gestión eficiente de las finanzas de emprendimientos, y los instrumentos de ahorro y financiamiento**. El objetivo de estas acciones es empoderar a las mujeres, brindándoles los conocimientos, y las herramientas y habilidades financieras necesarias para tener un mayor control y manejo de sus recursos económicos y proyectos emprendedores.

Además, se ha puesto énfasis en abordar el tema de las tareas de cuidado y las responsabilidades parentales en los hogares a través del taller denominado **"A cuidar se aprende"**. Este taller se centra en desnaturalizar la feminización de estas tareas y promover una distribución más equitativa de las mismas.

La Dirección también brinda **orientación laboral en casas de medio camino**, que brindan apoyo a mujeres que han sido víctimas de violencia de género y se encuentran en procesos judiciales. A través de diversas actividades, se busca fortalecer su inserción laboral, incluyendo el **armado de currículum vitae, la realización de simulacros de entrevistas laborales** y la **detección de fortalezas y debilidades** relacionadas con el ámbito laboral.

Otra iniciativa que lleva a cabo la Dirección es la realización de **mateadas de mujeres en los Centros de Desarrollo Emprendedor y Laboral (CeDEL)**, establecidos en ocho

barrios populares de la Ciudad. El propósito de este espacio es **fomentar el intercambio de experiencias entre emprendedoras y trabajadoras de diferentes barrios**. Además, estas instancias permiten **difundir herramientas y programas que ofrece el Ministerio** para apoyar el desarrollo y crecimiento de los emprendimientos.

Dentro de la Dirección, también se ejecutan los denominados "proyectos faro" o "proyectos estratégicos" liderados por mujeres. Uno de estos proyectos se centra en la creación de **dos cocinas comunitarias**. Una de ellas se encuentra ubicada junto al Ministerio en el Barrio 15 de Villa Lugano. Las emprendedoras de esta cocina ofrecen servicios de catering y viandas para los trabajadores del Ministerio, así como para eventos organizados por el Gobierno de la Ciudad. El otro proyecto de cocina comunitaria está próximo a inaugurarse en el Barrio Rodrigo Bueno, ubicado junto a Puerto Madero. El objetivo de esta iniciativa es capacitar a las mujeres en técnicas culinarias, presentación de platos y gestión de negocios gastronómicos.

Además, la Dirección ha establecido un convenio con Mujeres Argentinas Empresariales (MAE), con el fin de desarrollar un **Club de emprendedoras para la incubación de emprendimientos de mujeres brindando herramientas de administración y marketing, y un programa de mentoreo con mujeres líderes y acompañamiento entre pares**.

Por último, destacó otro aspecto fundamental de la política de la Dirección, que consiste en la presencia de **personal capacitado** en las oficinas gubernamentales de los barrios para detectar y abordar de manera temprana situaciones de violencia de género. Estas personas capacitadas están preparadas para proporcionar **información sobre los servicios y programas promovidos por el Gobierno de la Ciudad** en relación con esta problemática. Además, se han establecido los **puntos cercanos en los CeDEL**, donde las mujeres pueden recibir asesoramiento y ser derivadas a los lugares más cercanos para presentar una denuncia, como los Centros Integrales de la Mujer. Estos puntos de atención permiten a las mujeres conocer las opciones y los recursos disponibles para enfrentar este proceso, así como recibir apoyo estatal en todas las etapas del mismo.