



**Karina Ortiz**  
Buenos Aires, Argentina  
Conferencista

**País de residencia:** Argentina

**Nacionalidad:** Uruguay

**Idiomas:** Español

0.0



Comentarios (0)

### Áreas de conocimiento

Relaciones públicas ON y OFFline, Comunicación, Content Marketing, Branding, Influencer Marketing, Redes Sociales, Estrategia, Posicionamiento, Medios de comunicación, Storytelling, Consumidor.

### Descripción del perfil

Lic. en Relaciones Públicas. Directora de Glitter Comunicación & PR y Sponsorealo. Profesora de RRPP en la Universidad Nacional de Lomas de Zamora. Docente Internacional. Columnista de temas digitales en radio Club Octubre. Speaker. Autora de diversos artículos para medios nacionales e internacionales.

### Conferencias, Cursos o Talleres

#### Relaciones Públicas Digitales: Los influencers como medio de comunicación

Menos de 1 Hora

Las redes sociales, cambiaron la forma de plantear las estrategias de relaciones públicas y los influencers se han convertido en un nuevo medio de comunicación reinventando el vínculo comunicacional entre marcas y públicos.

### Experiencias

#### Docente de Relaciones Públicas

Universidad Nacional de Lomas de Zamora

2012 - Actual

#### Directora

Sponsorealo: Agencia de Influencers & PR

2019 - Actual

#### Directora

Glitter Comunicación & PR

2012 - Actual

#### Columnista de digital

Club Octubre Radio (Grupo Octubre)

2019 - Actual

#### Docente Comunicación Empresaria

Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales

2013 - 2015

#### Docente en Diplomado Internacional de Comunicación Corporativa

ESAN

2014 - 2014

#### **Directora de Comunicación y Prensa**

Municipalidad de San Vicente

2007 - 2012

#### **Coordinadora revista digital: Investigaciones & Casos Dircom**

DIRCOM

2010 - 2011

### **Estudios**

#### **Especialista en Gestión de las Comunicaciones**

Universidad Nacional de Lomas de Zamora

2012

#### **Licenciada en Relaciones Públicas**

Universidad Nacional de Lomas de Zamora

2007

### **Libros**

#### **“El caso de la Municipalidad de San Vicente: Auditoría de Comunicación”**

En los Municipios domina la comunicación permanente que no es lo mismo que estar permanentemente comunicando. Es decir, que si bien existen problemas estructurales que la información no puede resolver; y la comunicación sí, en tanto permite la participación ciudadana a través del diálogo, los gobiernos deben entender que la comunicación es una herramienta de la gestión, no la reemplaza.

### **Artículos**

#### **Sin presión no hay política**

Gestionar relaciones con los poderes públicos, no es negativo. En contra de la creencia, el lobby se relaciona con la construcción económica y social de un país, sin embargo, en Argentina, el lobby es una actividad con mala reputación que necesita ser regulada y legislada para lograr un accionar transparente que genere un adecuado funcionamiento democrático.

<http://www.maspoderlocal.es/ediciones/gestion-de-crisis-y-lobby-debate-entre-la-eficacia-y-la-manipulacion-no10/>

#### **Relaciones públicas digitales y tendencias del sector**

Históricamente cuando se hablaba de Relaciones Públicas, éstas tenían una consideración poco valorada y negativa de su verdadera esencia y quehacer, quedando encerradas en un ámbito acotado, pero la revolución digital no solo modificó el ejercicio de esta profesión sino que también la revalorizó.

<https://blogs.elespectador.com/tecnologia/alejandropinto/relaciones-publicas-digitales-tendencias-del-sector>

#### **Transparencia en redes sociales: un desafío para las marcas, un requisito para los consumidores**

Los usuarios exigen cada vez más una mayor transparencia en redes sociales y para las marcas con presencia online, contar con la confianza de sus clientes es clave.

<https://www.masquenegocio.com/2019/05/14/transparencia-redes-sociales/>

#### **Somos lo que comunicamos**

Cuando hablamos de comunicación a nivel político, generalmente pensamos en grandes campañas electorales y no en la gestión de la comunicación como proceso bidireccional, dialógico. Hoy, los gobernantes se lanzan a comunicar sus acciones de gobierno con anuncios que cifran lo hecho, desbordando de información al ciudadano. Pero un buen gobierno, y la aplicación de sus políticas también es darse cuenta de que la ciudadanía se ha vuelto cada vez más exigente y demandante con sus representantes.

<https://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-196752-2012-06-24.html>

### **Perfil en Mentas a la Carta**

<https://mentesalacarta.com/conferencistas-capacitadores-coaches/karina>