

# “El diseñador trabaja con la vida cotidiana, puede transformar una ciudad en un laberinto o un laberinto en una ciudad y una ciudad en un nido”

Expresó Ronald Shakespear en la presentación de su libro, en la Facultad

**El 4 de septiembre se llevó a cabo la presentación del libro Señal de diseño – Memoria de la práctica, publicación que reúne reflexiones y trabajos que reflejan los 50 años de trayectoria de su autor. Formaron parte de la mesa Jorge Frascara, Pablo Sierra y José María Doldan.**

*Señal de Diseño* recopila artículos, conferencias y entrevistas del autor, realizadas a lo largo del tiempo. La introducción de Jorge Frascara y Felipe Covarrubias ponen en contexto temático el trabajo de Diseño Shakespear y esta particular mirada sobre diseño en el escenario urbano, los sistemas de señales en el espacio público y su incidencia en los hábitos y costumbres de la gente.

“El diseño transforma la complejidad de las cosas en posibilidades de claridad. Posibilidades de encontrar una dirección en la calle, un tren en un esquema horario, un número de teléfono en la guía, una ruta en un mapa; un formulario que se entienda, un libro que de placer leer; posibilidades de entender un concepto, de adoptar una conducta”, comenzó diciendo **Ronald Shakespear** y agregó: “El diseñador trabaja con la vida cotidiana, puede transformar una ciudad en un laberinto o un laberinto en una ciudad y una ciudad en un nido. Pero su objetivo no es ni la ciudad ni el laberinto ni el nido: su objetivo es la gente, y su tarea es transformar esta realidad de complejidades en una realidad transparente, deseada y realizable”.

Presentó luego a los oradores **José María Doldan**, docente de la Facultad. El primero en reflexionar sobre Shakespear, su libro y su trayectoria fue **Pablo Sierra**, Director del Concurso Innovar: “Señal de diseño es como un libro de acción. La obra de Ronald forma parte de las epopeyas urbanas. En Innovar nos planteamos el problema sobre cómo comunicar la innovación y en Ronald encontré un apoyo estratégico sobre cómo abordar este tema”.

**Jorge Frascara**, diseñador gráfico argentino residente en Canadá, quien colaboró en el contenido del libro, resaltó: “Shakespear tiene las ideas y las puede implementar, características fundamentales en un diseñador. Su trabajo es un martillazo en el medio de la frente. Es un hombre con dos hemisferios derechos”. Para finalizar, clasificó a las personas en tres grupos: “los imitadores o fanáticos, que hacen todo sin analizarlo ni inventar nada, los que optan por algo y los que construyen cultura conceptual o material, a este último grupo pertenece Ronald”.

Como cierre, Ronald Shakespear agradeció a todos los que, a lo largo de los años, colaboraron directa o indirectamente con el desarrollo de su carrera. Ironizó respecto a que todo lo que le pasó fue debido a su falta de rigor.

Relató diversas anécdotas incluidas en su libro y para finalizar la presentación, mostró otro video que incluía una reflexión final sobre el futuro: “La manija está cambiando de lado. El futuro pertenece a un grupo de personas con una mentalidad muy diferente: creadores, personas comprensivas y reflexivas, sensibles a estructuras y hacedores de significado. Estas personas-artistas, inventores, diseñadores, narradores, pensadores, observadores, en suma, gente de ideas, son los verdaderos artífices de un futuro mejor.” (Violeta Szeps)

Ronald Shakespear es un amigo de la Facultad de Diseño y Comunicación. Entre sus múltiples intervenciones, se lo recuerda como invitado de honor en la 3ª edición del Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008.



Ronald Shakespear



De izq. a der. José María Doldan, Ronald Shakespear, Jorge Frascara y Pablo Sierra



Jorge Frascara, Ronald Shakespear y Pablo Sierra

## Nuevas Carreras 2010 en Diseño y Comunicación

### Licenciatura en Negocios en Diseño y Comunicación

Título: Licenciado en Negocios en Diseño y Comunicación

- Ciclo de Licenciatura para egresados universitarios (10 asignaturas / 10 meses de cursado)
- Ciclo de Licenciatura para egresados de carrera terciarias de 3 años (15 asignaturas / opciones de cursado: *part time*: 15 meses, *full time*: 10 meses)

### Eventos Deportivos

Título: Organizador de Torneos y Competencias (16 asignaturas / 2 años)

### Diseño de Vidrieras y Espacios Comerciales

Título intermedio: Técnico en Armado de Vidrieras (16 asignaturas / 2 años)

Título final: Diseñador de Espacios Comerciales (16 asignaturas más / 2 años más)

### Desarrollo Web y Comunicación Web

Título: Técnico en Desarrollo de Sitios Web (16 asignaturas / 2 años)

Título final: Comunicador Web (8 asignaturas más / 1 años más)

Ver Planes de Estudio en [www.palermo.edu](http://www.palermo.edu)  
---> Facultad de Diseño y Comunicación

## Escenógrafos y vestuaristas en la Facultad

Se realizó en la Facultad de Diseño y Comunicación la reunión constitutiva de ADEVA (Asociación de Diseñadores de Escenografía y Vestuario de la Argentina) cuya comisión directiva esta integrada por **Héctor Calmet** (Presidente); **Jorge Ferrari** (Vice Presidente); **Gabriela Fernandez** (Tesorera); **Roberto Almada** (Protesorero); **Carlos Di Pasquo** (Secretario); **Oria Puppo**, **Graciela Galán**, **Maydee Arigos**, **Rene Diviu**, **Daniel Feijoo**, **Mini Zuccheri** (Vocales). (ver foto)



Escenógrafos y vestuaristas de ADEVA en la Facultad

## Oxitobrand: marcas humanas para un mercado emocional

Presentación del libro de Marcelo Ghio, profesor de la Facultad de Diseño y Comunicación

19 de noviembre, 18 hs. | Mario Bravo 1050. Aula Magna



La presentación estará a cargo de **Ronald Shakespear**, **Leandro Africano** y **Marcelo Ghio**.

¿Cómo se produce el vínculo afectivo, emocional y permanente que las marcas comparten con sus públicos? ¿Bioquímica para explicar las relaciones afectivas sostenidas a lo largo del tiempo entre las marcas y sus públicos?

Inspiración. Respeto. Confianza. Amor. Valores humanos proyectados a través de un intangible –la marca como entidad simbólica– capaz de proponer una experiencia vivencial única a cada individuo. *Oxitobrand*s presenta una nueva visión del

branding emocional, el marketing de experiencias y la construcción de marcas. Una mirada que contempla la totalidad de los factores que intervienen en la creación de una plataforma de marca sólida; a la vez, redefine los alcances de la visión inspiradora y las causas de la empatía que ésta alcanza con cada individuo, garantizando su permanencia y crecimiento en el futuro. Marcelo Ghio es Diseñador gráfico, escritor, hombre de radio, conferencista y docente de área de diseño multimedial de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

## Reflexión y visión sobre la enseñanza tipográfica

La publicación, de 220 páginas, incluye diseños tipográficos de 109 estudiantes de la Facultad y está prologada por textos “Reflexión y visión sobre enseñanza tipográfica” de Diego Pérez Lozano y “Del sonido a la letra... y más allá” de Gustavo Valdés de León



El martes 8 de septiembre se llevó a cabo la presentación del número 29 de la serie Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación con el título: “Typo” (ISSN 1668-0227), que incluye una selección de trabajos de estudiantes de la asignatura Taller III de la cátedra del profesor **Diego Pérez Lozano**, que se dicta en el segundo cuatrimestre del primer año de la carrera Diseño Gráfico de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.



Diego Pérez Lozano en la presentación del libro “Typo”