

## SUMARIO

### Página 2

- 13° Jornadas de Diseño de Interiores: El Interiorismo a la luz del Bicentenario
- Observatorio temático: Emprendimientos: Arte y diseño
- Observatorio temático: Logo Design
- 11° Jornadas de Diseño de Indumentaria: Teens. Un mercado en crecimiento
- Observatorio temático de Diseño de Joyas: Diseño de colecciones y glamour
- Rincón gourmet: Café, el negocio del aroma

### Página 3

- Fashion Lab organizado con la Revista Watt: Moda y Peluquería
- Muestras de estudiantes DC: Varieté
- Generación DC

### Página 4

- Reseña observatorio temático: Moda y Tecnología: ¿Affaire o relación duradera?
- Libro Diseño de Afiches de Latinoamérica. La pasión del Tercer Año

### Página 5

- Consejo Asesor Profesional. Comunidad de Tendencias
- Cortos DC. 1° edición 2010. Presentación del primer DVD con ejercicios audiovisuales de estudiantes de la Facultad

### Página 6

- Reseña rincón gourmet: Mujeres y Marcas
- EstudiantesDC online

### Página 7

- Programas Ejecutivos. 1° cuatrimestre 2010

### Página 8

- Reseña observatorio temático: La ópera como objeto de diseño
- Libro Gráfica en Palermo. Creaciones de estudiantes de la carrera de Diseño

### Página 9

- Reseña rincón gourmet del chocolate
- Reseña observatorio temático: Denim, el tejido más usado de la industria

### Páginas 10 y 11

- Reseña Ciclo Diseño y Comunicación en las artes del Espectáculo. Abril 2010
- Talleres de Capacitación Digital

### Página 12

- Trabajos Reales para Clientes Reales: FV y Sacheco
- Entregas de premios. Agosto 2010

## El Interiorismo a la luz del Bicentenario

13° Jornadas de Diseño de Interiores organizadas con Dara

25 de agosto, 10 hs. | Mario Bravo 1050, Aula Magna



[pág. 2]

## Café, el negocio del aroma

Rincón Gourmet organizado con Nouvelle Gastronomie

25 de agosto, 18 hs. | Jean Jaurès 932, Auditorio



[pág. 2]



NESPRESSO



La Jacoba



## Programas Ejecutivos DC

Agosto 2010: Comunicar la Moda + Emprendedores (Diseñando empresas) + Cool-hunting (Laboratorio de Tendencias) + Cursos de Diseño de Interiores (Actividades aranceladas. + info: [www.palermo.edu](http://www.palermo.edu)). Ver imágenes de las actividades realizadas en el 1° cuatrimestre 2010

[pág. 7]



## ¿"Ser" o Trabajar de?"

El mito de la identidad profesional y el perfil real del diseñador, conferencia de **Norberto Chaves** en la apertura del Ciclo de Maestría en Diseño de la Universidad de Palermo..

19 de agosto, 19 hs.

Mario Bravo 1050, Aula Magna.



DOSSIER DE IMÁGENES 38 | Agosto 2010  
Jornadas de Reflexión Académica 2010. Profesores de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo en las Jornadas de Reflexión Académica 2010.

## Pasión Visual Latina

La Facultad editó el tercer libro de la colección Diseño de Afiches Latinoamericanos que reúne los trabajos ganadores del concurso que realiza anualmente en ocasión del Encuentro Latinoamericano de Diseño.



[pág. 4]



## Comunidad de Tendencias

Se realizó la reunión fundacional del Consejo Asesor Profesional de la Facultad de Diseño y Comunicación. Está integrado por destacados profesionales que actúan en los campos de incumbencia de las diferentes carreras que se dictan en la Facultad. En la foto, de izquierda a derecha: **Andy Cherniavsky** (Fotografía), **Martín Blanco** (Moebius), **Alfred Fellingner** (Estudio Fellingner), **Marcelo Salas Martínez** (Café Martínez), **Ricky Sarkany** (Sarkany), **Marcelo Gordín** (Énfasis), **Leticia Churba** (Perfectos Dragones), **Miki Friedenbach** (Estudio Friedenbach), **Paco Savio** (Agencia Remolino) y **Diego Dillenberger** (Revista Imagen).

[pág. 5]

## PARA IR AGENDANDO | SEPTIEMBRE

### Miradas sobre la escena

3 días de Teatro y Espectáculos  
Del 6 al 8 de septiembre | 13 hs.

### 4° Jornadas de Fotografía

14 y 15 de septiembre | 10 hs.

### Fashion Lab: Asesoramiento de Imagen

8, 15 y 29 de septiembre | 14 hs.

### 9° Jornadas de Historietas

16 de septiembre | 10 hs.

### Open DC 2010/2

Del 20 de septiembre al 29 de octubre |  
11:30 y 17:15 hs.

### Character Design. Segunda parte

Observatorio temático con 90+10  
23 de septiembre | 10 hs.

### Rincón Gourmet: Cervezas

30 de septiembre | 18 hs.

## Moda en Palermo

Del 14 al 25 de junio 2010 se realizó la 11ª edición de Moda en Palermo. 38 cátedras de Diseño de Indumentaria exclusivamente de la Facultad de Diseño y Comunicación participaron en desfiles, muestras y performances.

CATEDRAS:



CALANDRA

IVALDI

LENTO

OTERO

SENRA

VALENZUELA

## CORTOS.DC

PRIMERA EDICIÓN 2010

Presentación del primer DVD con ejercicios audiovisuales de estudiantes de la Facultad.

31 de agosto, 18 hs.

[pág. 5]

FASHION LAB ORGANIZADO  
CON LA REVISTA WATT



## Moda y peluquería

Comienzo 11 de agosto

[pág. 3]

11/8: Moda, belleza y estilismo (Pino); 18/8: Color, peluquería y moda (Mala Peluquería); 25/8: Moda, peluquería y medios masivos (Peluqueros Contemporáneos)

13° JORNADAS DE DISEÑO DE INTERIORES ORGANIZADAS CON DARA

## El Interiorismo a la luz del Bicentenario

25 de agosto, 10 hs. | Mario Bravo 1050, Aula Magna



90+10



La propuesta es hacer un recorrido alineado con el Bicentenario y su influencia en el interiorismo, además se presentarán temas de reutilización, remodelación y restauración de materiales para una mejora en la propuesta de interiores bajo un enfoque sustentable, todo lo relacionado a la historia del mueble, el protagonismo de los LEDs en la iluminación, la obra textil desarrollada en el Colón y para el cierre lo más destacado de la Feria de Milán 2010.

9.45 **Acreditación**

10.00 **Apertura**

10.10 **Revolución LEDs: El futuro de la iluminación en miniatura**

Lucas Pellazza. Product Manager de LEDs y balastos electrónicos de Osram Argentina.

11.00 **Recorrido Bicentenario del Mobiliario y la decoración**

Juan Ganduglia. Director del Museo de la Casa Rosada.

14.00 **Intervención de lo material para una propuesta interior sustentable**

María Inés Tassano. Dis. Industrial.

15.00 **Teatro Colón, la obra en textiles**

Esther Galante. Géneros exclusivos de interiores Ronchamp  
Germán Carvajal. Arquitecto.

16.00 **Feria de Milán 2010**

Gonzalo Fargas. Director / Publisher de 90 + 10.

OBSERVATORIO TEMÁTICO ORGANIZADO CON LA REVISTA WICKED MAG

## Emprendimientos: Arte y diseño



19 de agosto, 18 hs. | Jean Jaurès 932, Auditorio

Las galerías convocadas tienen en común ser espacios manejados por gente joven, con una mirada fresca y atrevida a la hora de mostrar a sus artistas. El esfuerzo y la convicción los ha llevado hasta donde están hoy. Los invitamos a compartir un encuentro con las ocho de las mejores galerías de arte contemporáneo de Buenos Aires.

18.00 **Daniela Luna. Appetite**  
**Mariano Luna y Moira Aguirrezabal. Jardín Oculto**

19.30 **Ignacio Liprandi. Ignacio Liprandi, Arte contemporáneo**  
**Alejandro Vautier. Chez Vautier**

18.45 **Ruben Quiroga Cerdas, Ezequiel Demaestri, Leonardo Pecorelli y Gabriela Rys, Wallrod Espacio de Arte**  
**César Abelenda. Planeta Cúbico**

20.15 **Christian Nunclares y David Leda. Cobra**  
**Nicolás Barraza, Marina Alessio y Mateo Bendesky. Mite**



OBSERVATORIO TEMÁTICO DE DISEÑO GRÁFICO ORGANIZADO CON LA REVISTA 90+10

## Logo Design

17 de agosto, 10 hs. | Mario Bravo 1050, Aula Magna

90+10

La Facultad de Diseño y Comunicación junto a revista 90+10 reúne en un observatorio temático a diseñadores gráficos para mostrar sus trabajos, haciendo hincapié en el diseño de logos como piezas gráficas, dejando de lado las estrategias de marca. Se presentarán casos particulares, la evolución de los logos en la historia y las tendencias del mercado actual. (\*)

11° JORNADAS DE DISEÑO DE INDUMENTARIA (\*)

## Teens. Un mercado en crecimiento

26 de agosto, 10 hs. | Mario Bravo 1050, Aula Magna

En agosto se realizarán las 11° Jornadas de Diseño textil y de Indumentaria: "Teens. Un mercado en crecimiento" donde marcas de indumentaria, revistas, fotógrafos, productores y especialistas en el tema darán su punto de vista sobre este mercado caracterizado por tener un público exigente, cambiante y que se encuentra en la búsqueda constante de las nuevas tendencias. (\*)

OBSERVATORIO TEMÁTICO DE DISEÑO DE JOYAS

## Diseño de colecciones y glamour

10 de agosto 2010 | Mario Bravo 1050, Aula Magna

Una mirada detallista sobre el diseño de una colección de joyas junto al importante rol de la tendencia y su reinterpretación para comunicar un concepto con identidad como herramienta estratégica para la creación de una marca. Para finalizar Swarovski contará cómo hacen para convertir la inspiración en un objeto de uso y deseo.

10.50 **De la joyería a la bijouterie ¿Cuál es el límite**

Néstor Frankowski. Diseñador. Creador de Ethnia

11.15 **Ethnia. Todas las etnias en etnia. El diseño como herramienta estratégica para la creación de una marca de moda.**

Marcelo Sapoznik. Experto en marcas

12.00 **Cómo convertir una inspiración en una nueva colección**

Caroline von Hartenstein. Marketing & Communications Manager CGB, Swarovski Argentina S.A.C. e I.

Programa

9.45 **Acreditación**

9.55 **Apertura**

10.00 **Metodología para el diseño de una colección de joyas**

Irina Fiszelew. Diseñadora de joyas



RINCÓN GOURMET ORGANIZADO CON NOUVELLE GASTRONOMIE

## Café, el negocio del aroma



25 de agosto, 18 hs. | Jean Jaurès 932, Auditorio

Este Rincón incursiona en el aromático mundo del café. A través de los tiempos fue cobrando mayor interés en la gente conocer sobre variedades, maridajes y terrunios. Para bucear más sobre este producto y los negocios emergentes de la mano de las tendencias en su consumo Café Martínez, Starbucks y Nespresso ofrecerán un atractivo recorrido temático. De las Embajadas de Colombia y Costa Rica, en

la Argentina, nos visitarán representantes del área comercial para contarnos, desde su lugar de países productores, las características de su producto y el lugar que ocupa en su país cómo generador de identidad e ingresos. Por último un sommelier de café compartirá algunas recomendaciones con las mejores propuestas de maridajes para esta aromática infusión.



18.00 **Acreditación**

18.15 **Apertura**

18.20 **El encanto de un buen café a lo largo del tiempo**

Pamela Bentel. Directora de locales propios, Café Martínez

18.45 **Starbucks**

Diego Paolini. Gerente general  
Paz Valdés. Prensa y comunicación

19.10 **Nespresso. La experiencia de un café perfecto.**

Máximo Rocca. Nespresso  
Commercial Manager

19.30 **Café de Colombia: garantía de calidad**

Luz Fonseca Ramírez. Encargada de Asuntos Comerciales Embajada de Colombia en Argentina.

19.45 **Costa Rica y su Grano de Oro**

Elsa Pacheco Muñoz. Agregada Cultural, Embajada de Costa Rica en Argentina.

20.00 **De la planta a los sentidos**

Fernando Cardozo. Sommelier Internacional

20.15 **Degustación**

Productos de empresas participantes



Embajada de Colombia



Estrategias diferenciadas & Marketing interactivo



Embajada de Costa Rica

ACTIVIDADES AGOSTO 2010 son libres y gratuitas. Requieren inscripción previa.

Tel. 5199 4500 internos 1502, 1530, 1570. Mail: consultasdc@palermo.edu.

(\*) Los programas completos puede consultarse a través de: www.palermo.edu/dyc ---> Agenda DC

## FASHION LAB ORGANIZADO CON LA REVISTA WATT

El Fashion Lab es un proyecto didáctico y de investigación que proporciona a los interesados en la moda, el diseño, el sector textil, la fotografía, confección y producción de modas, un espacio de conocimiento y de intercambio de experiencias y prácticas para el desarrollo acertado de determinadas temáticas inherentes al área moda.

## Moda y peluquería

11, 18 y 25 agosto, 14 a 17 hs. | Larrea 1079, Auditorio



En la actualidad, tanto en los desfiles como en la producción de moda en general, la peluquería ha tomado un protagonismo en la creación de una imagen que nos lleva a indagar sobre el rol que cumplen los peluqueros estilistas en la creación de tendencia. En estos workshops se trabajará desde una perspectiva heterogénea que abarque la creatividad, la moda, el star system y el arte y su incidencia en el look de modelos y artistas y sus proyecciones en la moda y la sociedad,

### 11 de agosto: MODA, BELLEZA Y ESTILISMO Pino

A veces resulta difícil hacer una separación entre una tendencia, la moda y look ¿Cuál es el rol de un estilista en el asesoramiento de imagen? ¿Cuál es la incidencia de los productos y las estrategias de marketing para crear una imagen y que ello luego se manifieste en las tendencias, en la moda y luego pase a la imagen social creando un ideal de belleza? Desde su amplia experiencia como estilista de modelos y personalidades, su participación en los desfiles y creador de su propia escuela de estilismo, Pino, se propone en este workshop realizar un acercamiento teórico práctico a estas cuestiones analizando y reflexionando sobre su experiencia profesional en la creación de imagen de modelos, marcas y estrellas nacionales e internacionales, para llegar a una demostración práctica de estilismo en vivo dentro del workshop.

### 18 de agosto: COLOR, PELUQUERÍA Y MODA Juan Manuel Cativa. Mala Peluquería

El color es uno de los elementos fundamentales de un look. En peluquería lograr el color deseado se transforma en un desafío que implica un know

how en cuanto a productos, marcas y también maestría en el oficio. Desde su experiencia y trayectoria en campañas y comerciales, Juan Manuel Cativa se propone en este workshop analizar cómo se crea un look personal en las modelos con las que frecuentemente trabaja a partir del color en los cabellos. También se trabajará cuáles son las tendencias en los desfiles y las campañas publicitarias, utilizando como ejemplos algunas de las campañas en las que participó como las de Pantene y Arden.

### 25 de agosto : MODA, PELUQUERÍA Y MEDIOS MASIVOS

Fabio Alessio. Peluqueros Contemporáneos

El estilista aplica su creatividad en la imagen de los artistas y modelos que lookea y en muchos casos genera tendencia que se proyecta en el mundo urbano - social. Los productos, los estilos, las formas y los colores pueden mutar su función y aplicarse tanto a una estrella mediática que aparecerá en un medio masivo como una persona que asiste a un evento social. Desde su experiencia como peluquero y estilista, Fabio Alessio se propone en este workshop analizar las influencias en el look actual de las décadas de los 20, 50, 70 y cómo se re-crea una imagen actual en los medios masivos, analizando casos específicos como el look de los participantes de Bailando por un sueño, teniendo en cuenta los cruces e intercambios que se producen entre la noción de belleza, moda y creatividad. Realizará también una demostración en vivo para mostrar in situ las fases de su creación.

Informes e inscripción: Deben enviar quienes no sean estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación, vía e-mail a [consultasdc@palermo.edu](mailto:consultasdc@palermo.edu) su CV (relacionado a la actividad), detallando nombre del/los workshops que desea realizar. Informes 5199-4500 int. 1530 /1502 /1570. Talleres gratuitos. Cupos limitados.

## MUESTRAS DE ESTUDIANTES DC EN SEDES DE LA UNIVERSIDAD

## Varieté

Del 1 de julio al 27 de agosto | Mario Bravo 1050. Todos los pisos.

En esta muestra estudiantes DC exponen una selección de fotografías de las muestras realizadas entre 2009 y 2010.

Exponen: (Entre paréntesis se detalla la muestra original a la cual pertenecen las fotos): **Gloria Acosta** (Ensayo Bs. As.), **María Eugenia Balerdi** (Descubrir), **Dante Boni** (Glamour), **Lucrecia Brero** (Escenas), **Julian Carrara** (Intervenciones2), **Lautaro Cowper** (Señales), **Giomar De Mesa** (La Diablada), **Delia Dulce** (Inosencia), **Mercedes Fahsbender** (Glamour), **Carlos Fermepin** (Espectros), **María Belen Fonseca** (Inosencia), **Andres Lesmes** (Trilogía Latinoamericana), **Marcela Marquez** (Escenas), **Agostina Mendez** (Espacios), **Bratland Ole Jorgen** (Intervenciones), **Jaime Ospina** (Sombras), **Cesar Pasaca** (Intervenciones), **Miguel Peña** (Reflejos) (Señales), **Carla Quevedo** (Calendarios1), **Tomas Ramayon** (Calendarios1), **María Belen Ramella** (Color Natural), **Cesar Ramirez** (Espacios), **Selene Rojas Acover** (Glamour), **Nicolas Rozo** (El Atico), **Oscar Sanhueza** (Color Madero),



Color Madero  
Autor: Oscar Sanhueza

**Nicolas Savine** (Espacios), **María Pia Soto** (Glamour), **Victoria Vucinovich** (Glamour), **Tomas Ramayon** (Calendarios1), **María Belen Ramella** (Color Natural), **Cesar Ramirez** (Espacios), **Selene Rojas Acover** (Glamour), **Nicolas Rozo** (El Atico), **Oscar Sanhueza** (Color Madero), **Nicolás Savine** (Espacios), **María Pia Soto** (Glamour) y **Victoria Vucinovich** (Glamour).

# Generación DC

[www.palermo.edu/generaciondc](http://www.palermo.edu/generaciondc)

Espacio de difusión y vinculación profesional de estudiantes y egresados de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo

Los estudiantes y egresados de la Facultad de Diseño y Comunicación ya tienen su espacio en **Generación DC**. Un portal web y un *newsletter* quincenal que informa sobre sus actividades: emprendimientos, proyectos, obras, intercambios, promoción, búsquedas y pedidos laborales. Este portal (se actualiza permanentemente) reúne exclusivamente información de estudiantes y egresados de la Facultad, sus historias de vida,

directorio de blogs y sitios, promoción de emprendimientos y productos, galería de imágenes, notas y gacetas de prensa.

El sitio ya tiene un directorio de más de 300 miembros con su foto, su fecha de cumpleaños, su *blog* y la posibilidad de contactarse con cada uno de ellos.

A continuación se transcriben fragmentos de algunas notas publicadas en Generación DC.



ISAAC MITRE SWAROVSKI GIMENEZ DE PAZ CATTANEO

**Con todas las manchas que genera la naturaleza quedan marcadas un montón de cosas y empiezan a aparecer mundos nuevos. Federico Swarovski (Diseño Gráfico DC).**

Después de exponer en Shangai y New York desembarca en Argentina, Federico Swarovski, descendiente de los famosos cristales que llevan ese nombre, una de las jóvenes promesas. "Yo trabajaba como diseñador, tenía locales, estudio de diseño. Estaba muy metido en lo comercial y un día dije basta", confiesa Swarovski. Entrevista a profesionales en Generación DC por **Nancy Isaac Mitre** (Fotografía DC). La nota completa busca en [www.palermo.edu/generaciondc](http://www.palermo.edu/generaciondc)

**A la hora de Diseñar ¿Cuánto cobro y cómo lo calculo? Cecilia Gimenez de Paz (Diseño Gráfico DC).**

Cómo, cuánto y cuándo cobrar, es uno de los mayores problemas de los diseñadores independientes, sobre todo al comienzo. Existen algunas planillas estándar de cotizaciones que circulan por Internet, pero en la mayoría de los casos bastante poco nos orientan, porque en general no se especifica cuáles eran las características previas a las que se ajustaron tales presupuestos. Debate que plantea Cecilia Gimenez de Paz, directora de su propio estudio de diseño. Si te querés contactar con Cecilia: [design@gimenezdepaz.com](mailto:design@gimenezdepaz.com)

**Ignacio Cattaneo (Diseño Gráfico DC) presenta Revolver. Indumentaria Masculina.**

Revolver pertenece a Ignacio Cattaneo & Matias Abellayras. Ignacio es diseñador gráfico, Skater Profesional y Fotógrafo. Vive en Buenos Aires donde realiza trabajos para firmas como Converse, RedBull, Vulk entre otros. En el 2009 lanzó la línea de ropa masculina Revolver. <http://www.roparevolver.com/>. Además es creador y diseñador de los Momish toys y Co. Fundador de Undergrind.tv, Agencia de Deportes Extremos. Más info sobre Ignacio: [www.palermo.edu/generaciondc](http://www.palermo.edu/generaciondc).

**Desayuno de Vinculación Profesional 2010. Organizado por Generación DC y el Consejo Asesor Profesional en Diseño y Comunicación "Comunidad de Tendencias".**

Este evento está destinado a un grupo reducido de estudiantes y egresados que se destacan por el compromiso y la calidad en el tránsito de su carrera universitaria. Es una oportunidad única, creada por la Facultad, de vinculación personal, intercambio experiencial y capacitación profesional con empresarios líderes del campo del Diseño y las Comunicaciones.

El primer Desayuno contó con la presencia de Marcelo Salas Martínez, dueño de la cadena Café Martínez. (ver nota pág. 5)



A continuación la agenda del mes de agosto:

- 19 de agosto. 9.30 hs. "Un puente a la realidad". **Paco Savio**. Presidente y Director Creativo de REMOLINO. Estudio de diseño y creatividad.
- 31 de agosto. 9.30 hs. **Marcelo Gordin**. Director de Enfasis Eventos + Contenidos.

Si te interesa participar de este intercambio escribinos a [generaciondc1@gmail.com](mailto:generaciondc1@gmail.com) o comunicate al 5199-4500 int. 1526 de 9 a 14hs. Romina Pinto. Cupo hasta 30 personas.



MARTÍN GOLDBERG

**Por más cliché que suene, con pasión por tu laburo las cosas se te van dando. Dijo Martín Goldberg, director creativo de Young & Rubicam.**

Daniel Pérez Galeano y Natasha Haddad, ambos estudiantes de Publicidad DC, en el marco del Club de Creativos DC-UP, entrevistaron a Martín Goldberg, director creativo de Young & Rubicam. La entrevista completa leela en [www.palermo.edu/generaciondc](http://www.palermo.edu/generaciondc). Para contactarte con el Club de Creativos DC-UP [clubcreativodc@gmail.com](mailto:clubcreativodc@gmail.com).



Paio Zuloaga (Diseño Gráfico DC) [www.paiozuloaga.blogspot.com](http://www.paiozuloaga.blogspot.com)



Buscanos en Facebook y LinkedIn como "Generación DC"

+info: Romina Pinto. Tel. 5199 4500 int. 1526  
Mail: [generaciondc1@gmail.com](mailto:generaciondc1@gmail.com)

# “En la Facultad de Diseño y Comunicación hay un alto grado de creatividad. La creatividad es una manera de destacarse”

Expresó Silvia Lartirigoyen, socia Gerente de Tiendas Web en la Facultad

El 15 de abril se llevó a cabo el Observatorio Temático “Moda y Tecnología: ¿Affaire o relación duradera?” organizado por la Facultad de Diseño y Comunicación junto con Enamodate.com.



Florencia Ramírez Cáceres, responsable de Marketing; Silvia Lartirigoyen, socia Gerente y María Julia Rodríguez Ribas, ejecutiva de Cuentas de Tiendas Web >

El objetivo del encuentro fue explicar cómo la moda es influida por los adelantos tecnológicos y cómo se fueron modificando las telas y los materiales. A su vez se buscó difundir qué nuevas propuestas hay en el mercado para lograr que el diseño sea redituable, como por ejemplo la venta online.

La apertura de la jornada estuvo a cargo de **Sol Linares**, editora de Enamodate.com, quien explicó en qué consiste el portal: “Se trata de un newsletter quincenal de moda y belleza, orientado a mujeres entre 18 a 60 años. En los últimos envíos hemos ido ampliando el espacio para las lectoras y el de opinión personal. Elegimos poner una vidriera dentro del newsletter y realizamos promociones exclusivas por Facebook. Por último, incorporamos información sobre charlas y cursos”.

La primera charla “Tu vidriera al mundo”, giró en torno a las estrategias de e-commerce y posicionamiento online. Comenzó hablando **Silvia Lartirigoyen**, socia Gerente de Tiendas Web: “En la Facultad de Diseño y Comunicación

hay un alto grado de creatividad. La creatividad es una manera de destacarse”. Luego agregó: “Antes el diseñador tenía que movilizarse para estar al día pero ahora, la tecnología permite acceder a toda la información desde un mismo lugar. Tampoco es imprescindible tener un lugar físico para mostrarse ni llevar a cabo un esfuerzo de infraestructura. El creador de ahora tiene muchas más posibilidades de relacionarse. Hay otra forma más virtual que nos enseña a multiplicar el territorio con menos recursos económicos. Hoy los caminos se abren si hay un buen emprendimiento detrás”.

A continuación tomó la palabra **Florencia Ramírez Cáceres**, responsable de Marketing: “La moda tiene origen en una idea, y si bien tener una idea es muy bueno, lo importante es qué se hace con ella, ya sea: generar branding, realizar ventas y/o forjar una relación con el cliente. Hoy en día la tecnología nos permite hacer estas cosas de una manera distinta a como lo hacíamos antes: con un costo más bajo, una estructura más dinámica, una respuesta más inmediata y un resultado más medible. A este

fin, Tiendas Web ofrece tres productos: Tienda Web (desarrollo de venta online), Shopping Tiendas Web (un espacio de asociación de los principales e-commerce del país) y un servicio de posicionamiento online. Vender online es contar con un gran local disponible las 24 horas a un público mundial, donde puedo ofrecer mayor flexibilidad en las condiciones comerciales y tener conocimientos ciertos de los comportamientos del cliente”. Y explicó: “Cuando las tiendas se asocian como en el caso de STW, se genera un valor comunitario muy superior a la suma de las partes”.

Le siguió **María Julia Rodríguez Ribas**, ejecutiva de Cuentas: “Ofrecemos la posibilidad de publicar sus productos y darlos a conocer. También asesoramos sobre el desarrollo de una marca”.

La segunda charla fue “Ropa de la nueva era: más allá del diseño y el confort”, a cargo de **Julieta Gayoso**, fundadora y directora de Indarra.DTX: “Estamos en la era digital, de eso no cabe ninguna duda. La mayoría de la gente tiene celular, Ipod, se comunica por chat, mails, skype u otros soportes digitales

interconectados. Eso trae cambios de hábito en nuestras costumbres que repercuten sobre la forma en que la moda alcanza a sus consumidores. La moda es un patrón estético que se repite hasta cierto punto, luego se agota y hay que modificarla. Como la tecnología llegó para quedarse, no se la puede pasar por alto. Sus consecuencias no sólo consisten en dicho impacto en las comunicaciones sino también en la fabricación misma de los textiles. El diseño es una suerte de arte aplicado que agrega valor a la indumentaria. Pero recién ahora se está empezando a desarrollar el tema de la sustentabilidad. Nuestros sistemas industriales, en su circuito complejo, generan desperdicio. Eso no ocurre en la naturaleza, que funciona de manera armónica y complementaria”.

Y por último: “Basándonos en la tecnología, la ciencia y la conciencia del medioambiente, diseñamos una marca de ropa con prendas inteligentes. Por ejemplo, la campera Power Heath, que no sólo es impermeable a la lluvia sino que tiene una almohadilla que levanta temperatura el encenderse”, dijo y concluyó: “Una vez que logramos imaginar el futuro que queremos, sólo resta actuar en consecuencia”.



Sol Linares, editora de Enamodate.com



Julieta Gayoso, fundadora y directora de Indarra.DTX:



Patricia Argüello, gerente de producto de Button Company

Finalmente, la última de las charlas fue “Tecnología al servicio de la customización”, a cargo de **Patricia Argüello**, gerente de producto de Button Company: “Nuestra empresa se dedica a la venta de avíos. La moda nos pide individualidad, lo que muchas veces se logra a base de tecnología y utilización de materiales inteligentes. Por eso trabajamos con cada marca hasta lograr una diferenciación”. Y concluyó: “Button Company es una tecnología al servicio de la customización”.

## LIBROS DE LA FACULTAD: PASIÓN VISUAL LATINA

### La pasión del Tercer Año Diseño de Afiches de Latinoamérica

Se transcribe a continuación la introducción al libro: “En nombre de la comunidad latinoamericana del Diseño, de sus instituciones educativas, docentes, profesionales y estudiantes que año tras año participan en Diseño en Palermo, presentamos el tercer libro de la colección **Diseño de Afiches de Latinoamérica**. En esta ocasión se publican los trabajos ganadores y seleccionados del concurso **Pasión Visual Latina** que organizó la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo en ocasión de la IV edición de Diseño en Palermo / Encuentro Latinoamericano de Diseño 2009.

En el presente libro se incluyen 461 trabajos presentados al concurso, organizados en afiches ganadores, seleccionados y expuestos y participantes seleccionados para el libro. La continuidad del concurso, su alta convocatoria, y la calidad de los trabajos participantes provenientes de todos los países del continente, estimulan año tras año la preparación de estas cuidadas publicaciones, cuya tercera edición tenemos el orgullo de presentar.”



El libro se distribuyó a la comunidad del diseño reunida en el V Encuentro Latinoamericano de Diseño

# Comunidad de Tendencias

## Consejo Asesor Profesional

Se realizó la reunión fundacional del Consejo Asesor Profesional de la Facultad de Diseño y Comunicación. Esta integrado por destacados profesionales que actúan en los campos de incumbencia de las diferentes carreras que se dictan en la Facultad.

Se realizó la reunión fundacional del Consejo Profesional de Diseño y Comunicación "Comunidad de Tendencias". Se organizó un desayuno en el Alvear Palace Hotel con la asistencia de **Leticia Churba** (Perfectos Dragones), **Ricky Sarkany** (Sarkany), **Miki Friedenbach** (Estudio Friedenbach), **Paco Savio** (Agencia Remolino), **Alfred Fellingner** (Estudio Fellingner), **Marcelo Gordín** (Énfasis), **Adrián Scurci** (Ozono), **Diego Dillenberger** (Revista Imagen), **Marcelo Salas Martínez** (Café Martínez) y **Andy Cherniavsky** (Fotografía).

El Consejo Asesor Profesional, de carácter honorario, reúne a destacados profesionales y empresarios que actúan en el campo del Diseño y las Comunicaciones. En esta ocasión y con la dirección de **Martín Blanco** se convocó a quienes fueron destacados por la Facultad en el año 2009 con el reconocimiento "Estilo Profesional". El objetivo del Consejo es asesorar a la Facultad para su adecuada inserción en el quehacer profesional y empresario interpretando y respondiendo adecuadamente a las renovadas tendencias de cada área.



Alfred Fellingner



Miki Friedenbach



Marcelo Gordín



Andy Cherniavsky



Diego Dillenberger



Marcelo Salas Martínez



Ricky Sarkany



Adrián Scurci



Leticia Churba



Paco Savio

## Desayuno de Vinculación Profesional



La primera actividad abierta a los estudiantes y egresados de la Facultad que realizó la Comunidad de Tendencias fue un desayuno entre **Marcelo Salas** y un grupo de miembros de Generación DC (Comunidad de estudiantes y egresados de la Facultad) coordinado por **Martín Blanco** director del Proyecto.

### Algunas opiniones de los participantes, miembros de Generación DC:

"Muchas gracias a ustedes por haberme invitado. La realidad que me llevé de la charla muchas cosas positivas, no solo del expositor, sino también de los chicos. Creo que este intercambio de experiencias es muy rico y nos nutren tanto como personas y como profesionales. Muchas veces me ha pasado que se me presentan muchos proyectos a la vez y no se para donde salir corriendo. Me di cuenta que a muchos de los chicos les ha pasado lo mismo, y el mejor camino es el que a uno lo hace feliz, mas allá de otras cuestiones. Sinceramente los felicito, fueron muy cálidos con todos nosotros. Es muy bueno que puedan seguir adelante con esta propuesta, yo lo vi muy positivo." (Sol Matitti, Relaciones Públicas DC)

"Me encantó el encuentro! La verdad que me fui renovada, da gusto conocer gente tan exitosa y tan sencilla a la vez! Yo estoy sorprendida de que tanta gente joven esté interesada en el aspecto social! Me llevo eso más que nada! Me gustó como fue la charla, me gustó mucho que Marcelo nos de su mail!" (Florencia Stéfano, Diseño Gráfico DC)

"Hola! Me encantó la charla. Realmente estuvo muy buena. A parte el intercambio con los demás participantes que estaban en la sala fue bastante interesante. Cada uno contando sus proyectos. Es emocionante! Me encantaría que me sigan mandando mails para próximos exponentes! Besos!" (Daniela Cuppi, Publicidad DC)

CORTOS DC. 1º EDICIÓN 2010

## Presentación del primer DVD con ejercicios audiovisuales de estudiantes de la Facultad

Cortos DC. 1º edición 2010

31 de agosto, 18 hs. | Mario Bravo 1050, Aula Magna

En esta primera edición de **Cortos.DC** se incluyeron 19 ejercicios audiovisuales de estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación. El DVD, con una duración total de 27 minutos, incluye las siguientes realizaciones (entre parentésis se consigna la cátedra donde se realizó el ejercicio audiovisual):

01. **Unión Soviética a la deriva** | Documental (1 minuto), Leonardo Astudillo (Criscolo)
02. **Póker** | Ficción (1 minuto), Jonathan Coletta (Stewardt)
03. **Impulsos** | Ficción (1 minuto), Sol Fernández, Juan Camilo Acuña, Valentino Bergamasco (Falcone)
04. **Degeneración** | Animación (1 minuto), Lucas Vignera, Hans Knopf, Macarena Perez San Martin (Falcone)
05. **Así de fácil, Exquisita!!** | Animación (1 minuto), Vanesa Ferreiro, María Agustina Llobera, María Sofía Roán (Falcone)
06. **Gurfield, El Ventilador** | Animación (1 minuto), Vanesa Pervan (Vallazza)
07. **La infancia, principal recurso de un país** | Institucional de Bien Público (1 minuto), María de la Paz Jovtis (Rizzo)
08. **Insomnio Olimpia** | Ensayo Audiovisual (1 minuto), Anabel Cha, Mariana Echavarría, Florencia Saez, Sonia Sineri (Greco)

09. **BAFICI 12ª edición** | Publicidad (1 minuto) Alexis Vecino (Herrera)

10. **Por encima de la banda y de la gente, ardió el cielo** | Clip promocional (1 minuto), Lucía Soledad Lloret (Herrera)

11. **La tele** | Ficción (1 minuto), Juan Pablo Lantazzi (Gomez)

12. **Expiación** | Ficción (1 minuto), Jonathan Coletta (Moreno)

13. **Corto animado** | Animación (1 minuto), Federico Conforto y Alejandro Villavicencio (Kesting y Desimone)

14. **Amor surrealista** | Animación (1 minuto), María Verónica García y Delfina Daneloti (Greco)

15. **La última redención** | Ficción (1 minuto), María Agustina Rossito (Mallo)

16. **Casi solo** | Ficción (1 minuto), Solana Hernandez (Mallo)

17. **Total a pagar...** | Ficción (3 minutos), Esteban Simari (Bernardez)

18. **Conciencia** | Institucional (3 minutos), Horacio Ariel Coronel (Pardo)

19. **Sueños de celuloide** | Documental (5 minutos), Candela Diaz y Laura Mastantuono (Pérez).

CORTOS.DC

PROHIBIDA LA REPRODUCCIÓN TOTAL Ó PARCIAL DE IMÁGENES Y TEXTOS.

Todas las imágenes, creaciones y producciones utilizadas en este DVD constituyen ejercicios académicos realizados por estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo en sus cátedras y no tienen fines comerciales. Queda prohibido su uso fuera de este ámbito educativo.

Se deja constancia que el uso de marcas, inclusión de opiniones, citas e imágenes es de absoluta responsabilidad de sus autores quedando la universidad de palermo exenta de toda responsabilidad al respecto. Material educativo de uso exclusivo en la Universidad de Palermo. Prohibida su comercialización.

# “Todo lo fuimos haciendo de manera muy detallista y con muchas ganas. Fue un éxito”

Expresó Nora Longinotti, dueña de la cadena de pasticerías “Como en casa”, en la Facultad.

El 7 de abril se realizó el Rincón Gourmet "Una mirada a las marcas y negocios donde la mujer es la protagonista", se presentaron casos de marcas, targets y modelos dirigidos, conducidos o diseñados por y para mujeres. Organizado por la Facultad de Diseño y Comunicación con Moebius Marketing.



Comenzó **Martín Blanco**, Director de Moebius Marketing & Comunicación, quien hizo la apertura en referencia al mundo gourmet y la mujer: “Pensamos estas charlas relacionadas con ciertos placeres como son los alimentos y las bebidas. La idea es presentarles marcas, mujeres o propuestas dirigidas a ellas, gente exitosa que desarrolló un proyecto en el mundo de las mujeres”.

Luego habló la bartender y consultora **Inés de los Santos**: “Empecé a trabajar en coctelería hace casi 15 años cuando todavía no había mucha movida de lugares ni de tragos, ni tampoco un lugar destacado para la mujer en esta profesión. Hoy ya tenemos un espacio más central, que es algo que yo buscaba hace mucho tiempo, creo que hay lugares que debemos y podemos ocupar”. Y agregó: “Yo estudié y trabajé, hoy hago asesoramiento y consejo acerca de recetas y cómo servir tragos, ya no estoy más detrás de la barra”. Y completó: “La mujer no es ícono de la bebida pero hoy ya está en un lugar más independiente, sale sola y elije ella que trago tomar, hoy conoce lo que le gusta y decide si quiere tomar algo fuerte o liviano. Hay que hablar con los bartenders ya que te van a recomendar lo mejor que saben preparar. La coctelería en Argentina está creciendo y hay más profesionales, tanto hombres como mujeres”.

A continuación, **Verónica Rubi**, editora de la revista Maru by Maru Botana habló sobre la propuesta: “Salimos el 4 de marzo con el primer número, es un proyecto que tiene que ver con la cocina, lo gourmet y con las marcas. Nos dimos cuenta la aceptación que tiene Maru Botana con las marcas como personaje, por ser profesional, madre y una persona que apuesta a la familia y la vida sana”. Y comentó: “El proyecto nace de esta cuestión de empezar a ver lo que significa Maru para la gente y hablar de cocina desde un lugar más cotidiano, que sea una ayuda en el día a día. Y también ofrecer contenido sobre lo que es la mujer hoy. La revista plantea una parte gastronómica pero con un trasfondo más frecuente, sobre la cocina familiar, y por otro lado mostrar a la mujer en acción en su hogar y en su tiempo libre. Es un camino alucinante descubrir como bajar la identidad de una persona a una revista”.

También estuvo presente **Guillermo Casarotti**, creador de las marcas de té Inti Zen y Chamana: “Trabajé mucho tiempo en marketing para empresas multinacionales y en un momento tuve ganas de crear algo propio, fue ahí que surge la idea de crear un producto común como es el té pero con una diferencia. Inti Zen la armé junto a Inés Berton con el objetivo de dar una propuesta al mundo con sabores

latinoamericanos. Todo tiene un por qué: la simbología, los colores, los sabores”. Y sobre la nueva línea Chamana comentó: “Surgió hace dos años con una impronta más sutil y femenina, por sus colores y el sabor creado a partir de hierbas más suaves. En cambio Inti Zen es más fuerte e intenso”.

Por último **Nora Longinotti**, dueña de la cadena de pasticerías “Como en casa”, habló acerca de su emprendimiento: “Pensamos junto a mi hermana qué podíamos hacer, empezamos vendiendo alfajores y tortas en los countries, con una elaboración propia y casera. Luego tuve que viajar y continué mi hermana que puso un local en Belgrano y se fue haciendo muy conocida. Cuando regresé nos volvimos a juntar y abrimos una planta de elaboración propia. Al tiempo abrimos un local y luego en Recoleta el segundo. Todo lo fuimos haciendo de manera muy detallista y con muchas ganas. Fue un éxito. En el 2006 nos invitaron a Casa FOA y gracias a eso la marca se posicionó mucho y se hizo realmente conocida”.



Martín Blanco (Moebius Marketing & Comunicación)



Nora Longinotti (Como en casa) e Inés de los Santos (bartender y consultora)



Guillermo Casarotti (Inti Zen y Chamana) y Verónica Rubi (revista Maru)



**EstudiantesDC online** es una publicación digital mensual destinada a los estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación, que anticipa las novedades académicas y administrativas del mes de la Facultad. Este *newsletter* se envía a comienzos de cada mes. En este caso la edición 40 se envió a comienzos de agosto y aquí se transcriben los principales textos como un ayuda memoria para los estudiantes.

## Agosto semana a semana / Para Agendar

- Clases para todos los estudiantes: Las clases comienzan el 17 de agosto y terminan el 26 de noviembre.
- Las horas de consulta (Módulos MAP) del segundo cuatrimestre 2010 comienzan el 20 de septiembre y finalizan el 12 de noviembre.
- El cierre de actas de cursada se realiza, en la semana del 15 al 19 de noviembre.

/ Moldería 2\* (Dos opciones: Oferta 1678 / Oferta 1679) / Negocios de la Moda 1\* (Oferta 1692) / Negocios de la Moda 2\* (Tres opciones: Oferta 1693 / Oferta 1694 / Oferta 1695) / Pedagogía del Diseño y la Comunicación 2 (Oferta 1709) / Teatro y Espectáculo 1 (Oferta 2113) / Teatro y Espectáculo 2 (Oferta 2114) / Torneos y Competencias 2\* (Oferta 2174)

\* Estas son nuevas asignaturas electivas que pertenecen a las nuevas carreras que la Facultad comienza a dictar a partir de marzo 2010.

## “¿Puedo cambiar de materia?”

Los estudiantes que se inscriben en asignaturas pueden cambiar de curso y/o darse de baja de las mismas hasta 2 semanas después del inicio de las clases de cursos regulares.

Esta norma se aplica a estudiantes regulares, a ingresantes y a aquellos que cursan materias electivas. Al momento de darse de baja en una materia es conveniente tener en cuenta las siguientes consideraciones para evitar consecuencias arancelarias:

- En la primera semana después de iniciadas las clases la baja de una asignatura la puede realizar directamente el estudiante a través del Sistema de Alumnos.
- En la segunda semana después de iniciadas las clases la baja de una asignatura debe realizarse completando la Solicitud en el minisitio de Orientación al Estudiante.
- Pasadas las dos semanas de iniciadas las clases no hay más cambios en las cursadas.

## Talleres de Representación Gráfica

Comienzo: Semana del 17 de agosto. La inscripción es por Sistema de Alumnos.

Oferta: Taller de Maquetas, Croquis y Monge (dos opciones) Martes 12 a 13.30 hs. (3390) y Miércoles 12 a 13.30 hs. (3389) Prof. Mabel Parada.

## Talleres Operativos del Área Audiovisual

Comienzo: semana del 6 al 10 de septiembre en Jean Jaurés 932, 2º piso. Hay dos opciones horarias: 11.30 o 17.15 hs. La inscripción se realiza a través de: MinisitiosDC > PalermoTV > Talleres operativos > Inscripción online (+ info: palermotv@palermo.edu). A continuación se detalla la oferta: Introducción al Estudio de TV (6 de septiembre), Iluminación (7 de septiembre), Cámara (8 de septiembre), Sonido (9 de septiembre) y Práctica (10 de septiembre).

## Talleres Operativos de Fotografía

El ciclo consta de 2 módulos temáticos que se dictan en 2 días, en Palermo TV (Jean Jaurés 932) Dos opciones horarias (11.30 hs. y 17.15 hs.).

• Introducción al Estudio de Fotografía: lunes 6 de septiembre. • Cámara: martes 7 de septiembre. La inscripción se realiza a través de la web ingresando en: MinisitiosDC > PalermoTV > Talleres operativos > Inscripción online (+ info: palermotv@palermo.edu).

## Tutorías para exámenes previos

El Programa de Tutorías para Exámenes Previos es un espacio gratuito que funciona desde agosto de 2008.

Ciclos: El programa de tutorías está organizado por ciclos. Hay seis ciclos por año, tres por cuatrimestre. Los ciclos tienen cuatro días de corrección y uno de exámenes finales. El programa funciona los viernes a partir de las 11.30 hs.

Los estudiantes inscriptos deben asistir el primer día del ciclo a las 11.30 hs. donde se les especificará las cuestiones pedagógicas, operativas y administrativas del Programa. La inscripción al Programa es por asignaturas y el estudiante se puede inscribir a un máximo de dos por ciclo.

## Procedimientos

La inscripción de una asignatura a un ciclo del Programa implica la inscripción automática al examen final que se llevará a cabo en el quinto encuentro de dicho ciclo.

## Ciclo Agosto - Septiembre 2010

Inscripción al Programa del 7 al 30 de julio de 2010 en Gestión Académica, 3º piso (traer un permiso de examen).

Las inscripciones anteriores caducan, todos deben inscribirse.

Corrección 1: viernes 6 de agosto (asistencia obligatoria 11.30 hs.) / Corrección 2: viernes 13 de agosto / Corrección 3: viernes 20 de agosto / Corrección 4: viernes 27 de agosto / Examen Final: viernes 3 de septiembre

## “No figuro en lista”

Si el estudiante no está en el acta de la cursada debe comunicarse o dirigirse inmediatamente a la Oficina de Orientación al Estudiante con el comprobante de inscripción para regularizar su situación, de lo contrario puede perder la cursada de la materia.

Por tal motivo es necesario que el estudiante se asegure estar en las actas. Pasado el primer mes de clases no se aceptan reclamos y los estudiantes no inscriptos no pueden permanecer en el aula, salvo que hayan solicitado autorización al docente para permanecer como oyente.

## Programa de Asistentes Académicos

Con el Programa de Asistentes Académicos comienza la formación y capacitación de estudiantes y egresados de la Facultad interesados en la actividad docente.

Integra la capacitación (en los encuentros quincenales) con la práctica semanal en el aula acompañando al docente que el asistente elija. El Programa puede ser cursado como materia electiva o extensión. Las clases comienzan el 17 de agosto.

## Electivas Especiales

Todos los cuatrimestres la Facultad organiza varias cátedras para enriquecer la formación de los estudiantes más allá de sus carreras. Estas materias son creadas a pedido de los estudiantes que quieren especializarse y concentrar su formación en temáticas y/o proyectos especiales. Este cuatrimestre se ofrecen las siguientes asignaturas: Administración\* (Tres opciones: Oferta 1038 / Oferta 1039 / Oferta 1040) / Comunicación Interactiva 2\* (Oferta 1104) / Confección y Materiales 2\* (Dos opciones: Oferta 1171 / Oferta 1172) / Desarrollo de Proyectos Comerciales 1\* (Oferta 2213) / Diseño de Bolsos, Carteras y Complementos (Producción de Indumentaria 1) (Oferta 2216) / Diseño de Lencería -Tecnología Textil 2- (Dos opciones: Oferta 2222 / Oferta 2221) / Diseño de Vidrieras 2\* (Oferta 1432) / Diseño de Zapatos -Tecnología Textil 1- (Oferta 2223) / Gestión Empresarial\* (Oferta 2965) / Materiales y Tecnologías 1\* (Oferta 1671)

# Programas Ejecutivos en Diseño y Comunicación

Durante los meses de abril, mayo, junio y julio se dictaron en la Facultad 19 Seminarios Profesionales, 7 Clínicas Intensivas y los Cursos Extensivos Comunicar la Moda (Seminarios 1, 2 y 3).

Los programas abordaron temas de las áreas de moda, relaciones públicas, eventos, comunicación online, publicidad, audiovisual y diseño. Los máximos referentes profesionales de cada área compartieron con los participantes su visión y quehacer profesional desde una perspectiva innovadora y creativa. A continuación Seminarios y Clínicas con los profesionales que dictaron clases:



Pablo Lerner | Usabilidad



Verónica Sordelli | Dirección y gestión de empresas de moda



Marina Pérez Zelaschi | Coolhunting, Trend Research



Valeria Baudot | Diseño sustentable



Martín Enriquez | Marketing Digital, Branding horizontal



Francis Petty | Search Marketing



Claudia Pasquini y Ana Torrejón | Comunicar la Moda



Cecilia Núñez | Diseño de sitios Web 2.0



Pablo Capurro | Marketing Digital, Branding horizontal



Maximiliano Kraszewski | Diseño de sitios Web 2.0



Juan Manuel Carraro | Usabilidad



Marcela García | Coolhunting, Trend Research



Andrés Snitkofsky | Search Marketing



Raul Trujillo | Coolhunting, Trend Research



Santiago Capurro | Marketing Digital, Branding horizontal



Soledad Offenhenden | Coolhunting, Trend Research



Valeria Lagna Fietta | Bodas, Planificación y organización



Guillermo Catalano (Fierita) | MKT Digital, Branding horizontal

**SEMINARIOS PROFESIONALES. Bodas. Planificación y organización** | Valeria Lagna Fietta. **Dirección y gestión de empresas de moda** | Mariana Flink, Verónica Sordelli. **Diseño de Calzado** | Fernando López Bizcaíno. **Diseño sustentable** | Valeria Baudot, Valeria Melon. **Estilismo de moda** | Karina Aragón. **Moda. Concepción y Diseño de la colección** | Verónica Sordelli. **Social media marketing** | Lorena Amarante. **Marketing Digital** | Pablo Capurro. **Diseño de sitios Web 2.0** | Cecilia Núñez, Maximiliano Kraszewski. **Planeamiento estratégico** | Leandro Africano, Patricio Cavalli. **Editorial y Fotografía de Moda** | Adrián Fagetti. **Planificación y gestión de eventos corporativos** | Valeria Lagna Fietta. **Ceremonial y protocolo social, empresarial y oficial** | Lorena Blisnuik. **Diseño de carteras y accesorios** | Leandra Vallejos. **Retail Marketing** | Diego Ontiveros. **Gestión de proyectos de Diseño** | Adrián Folco. **Taller de redacción corporativa** | Sebastián Adúriz, María Curubeto. **Asesoramiento en imagen personal e imagen ejecutiva** | Luisa O'Farrell, Karina Vilella, Damasias Lemos. **Fotografía Publicitaria** | Ricardo Wauters, Marcelo Záppoli.

**CURSO EXTENSIVO. Comunicar la Moda. Ana Torrejón, Claudia Pasquini** | Seminario 1: Revistas de moda. Detrás de la escena; Seminario 2: Los medios y la moda en Argentina; Seminario 3: ¿Cómo se escribe la moda?

**CLÍNICAS INTENSIVAS. SEO. Search Marketing** | Francis Petty, Andrés Snitkofsky, Lorena Amarante. **Coolhunting. Trend Research** | Marina Pérez Zelaschi, Natalia Nupieri, Laureano Mon, Marcela García, Arturo Grimaldi, Ana Torrejón, Mariela Mociulsky, Ximena Díaz Alarcón, Soledad Offenhenden, Raúl Trujillo. **Marketing Digital. Branding horizontal** | Pedro Panigazzi, Guillermo Catalano (Fierita), Diego Antista, Jonathan Baldovino, Martín Enriquez, Pablo Capurro, Fernando Barbella, Germán Herebia, Diego Martínez Núñez, Santiago Capurro, Mariano Suárez Battán. **Usabilidad** | Juan Manuel Carraro, Santiago Bustelo, Cecilia Núñez, Pablo Lerner. **Netbusiness** | Alejandro Piscitelli, Claudio Sordó, Germán Herebia, Leo Piccioli, Pablo Rada, Miguel Reza, Juan Faerman, Jorge Comlombatti, Rodrigo Carr, Mary Teahan, Connie Demuru, Claudio Albornoz. **Branding. Clínica de marcas** | Damián Martínez Laihitou, Diego Paolini, Fernando Moiguer, Jorge Colombatti, Diego Luke, Daniela Kodencyk, Papón Ricciarelli, Marcelo D'Abramo, Santiago Puiggari, Jimena Sánchez Hermida, Leandro Africano, Patricio Cavalli. **Branding y Creatividad. Capacitación in company para la Universidad del Istmo de Guatemala** | Pancho Dondo, Leandro Africano, Diego Bresler.



Karina Aragón | Estilismo de moda

# “Trabajar con imágenes implica tener deseos y saber lo que se busca”

Expresó Betty Gambartes, directora-régisseur, en el observatorio temático “La ópera como objeto de diseño” que se llevó a cabo en la Facultad el 10 de mayo. Directores, régisseurs, cantantes, escenógrafos y vestuaristas dieron su mirada acerca de esta disciplina.

La primera presentación estuvo a cargo de **Betty Gambartes**, directora-régisseur quien dio una charla titulada “El texto de ópera como punto de partida”: “El texto dramático operístico tiene características particulares, incluye un texto lírico y uno espectacular. El discurso dramático además de contar una fábula tiene características para ser leído y representado, es un diálogo situado en un tiempo ficcional y narrado en término de acciones, entre el texto y la representación se encuentra el director quien interpreta ese texto literario que tiene tantas representaciones como personas lo lean y actúen”. Y agregó: “Nosotros no trabajamos con un acto muerto sino que estamos constantemente intentando traerlo a la vida y que sea un arte que nos hable del mundo de hoy, que cuente una historia que tenga actualidad. Cada director que se acerca a una obra tiene la posibilidad de interpretarla y hacerla contemporánea. El texto tiene acotaciones que son indicaciones acerca de dónde y cómo va a ser representada, el director debe ser como un detective que va desentramando el diálogo”. A su vez opinó: “Lo único que no debe hacer un espectáculo es aburrir, ese es el mayor de los pecados. Me pasó muchas veces que me quitaron la ilusión al ver una obra, me parece imperdonable, uno no debe permitir que le roben el entusiasmo. Si la obra no comunica y aburre estamos en falta, yo me preocupo mucho porque esto no suceda. Creo que todo es imagen, los cantantes que cantan sin imagen son aburridos, cuanto más bella es su voz más peligro corren, indagan menos. El teatro es la voz hablada en imágenes. Trabajar con imágenes implica tener deseos y saber lo que se busca”.

También comentó: “No basta saber música desde la lectura de una partitura, sino que se debe entender e interpretar la obra. Hay veces en que el texto y la música se complementan pero

otras en que pueden decir cosas distintas, por eso es importante entender ambas cosas”. Y por último: “Cada obra es un mundo propio con leyes particulares a la cual uno tiene que someterse. Cuando me dan una obra la estudio seriamente para poder entender ese mundo objetivamente para después ponerle mi visión e interpretarlo. Tengo la suerte de tener obras durante muchos años en cartel y voy y la miro. Que la obra mantenga su forma es una de las tareas más maravillosas, el teatro es algo vivo y cambiante. Hay que lograr que el cantante sepa quien es el personaje que va a interpretar, cuál es su deseo, qué quiere, qué se le opone y qué busca”.

Luego, el cantante de ópera **Oscar Grassi** habló sobre “Personaje y ópera: un acercamiento a la construcción del personaje”: “Para cantar ópera hay que poseer un material acorde y adecuado, también está la musicalidad, la dicción, que debe ser clara, la actitud física, la respiración, la presencia escénica, exigencias que deben considerarse fundamentales”. Y dijo: “La ópera es teatro contado, por eso se debe cantar actuando. Hoy en día no alcanza con escuchar una voz con buen timbre sino que debe actuar, para poder ser un cantante de ópera completo se debe conocer el arte escénico. Con el nacimiento de la ópera lo realmente nuevo era lo musical”. A su vez agregó: “En la ópera se trata de desarrollar el teatro verdad, que es lo que el público quiere ver, toda acción debe tener una naturalidad convincente, poniendo el énfasis en tal o cual palabra para darle relevancia. Al momento de cantar tanto la concentración, como el dominio mental son dos cosas fundamentales”. Y por último expresó: “Para que hayan realizaciones operísticas se necesita público, ver un teatro repleto produce gran placer. Se puede intuir el clima de la sala viendo a

los espectadores, cuando uno se presenta ante un público cálido es cuando más rinde, pero si se entusiasma en demasía se puede producir una sobreactuación”. Y concluyó: “Desde mi primer concierto al presente he pasado 46 años cantando, la música nutre y eleva nuestros espíritus”.

Como cierre se llevó a cabo un panel sobre “El diseño de la puesta en escena hoy. La búsqueda de nuevos lenguajes”, que contó con la presencia de Carlos Palacios, Régisseur, Ximena Belgrano Rawson, Régisseur, Héctor Calmet, Escenógrafo y Alejandra Espector, Vestuarista.

“Recién ahora se empieza a hablar del diseño en una puesta en escena, creo que se tiene que empezar a valorar la puesta. El peligro en la creatividad y en la puesta es la moda, yo cuando veo una pantalla en el escenario ya me aburro. Hay que pensar mucho en no colgarse de las modas y encontrar la manera de mostrar cómo vemos al relato”, comenzó diciendo **Carlos Palacios**\* y agregó: “El diseño de una obra surge desde el texto para que pueda serle lógico al cantante y que todo sea una unidad y la ruptura de determinados límites es la creatividad. La ópera nada tiene que ver con el teatro, es otra cosa. El cantante tiene que tener muchas atenciones, se utiliza otra técnica”. Y sobre la función del régisseur: “Él es la cabeza del equipo, es un coordinador, un motivador que tiene que permitir que todo fluya y siempre con un diseño determinado”.

**Héctor Calmet**\*: “Los escenógrafos tenemos que tener cuidado y ver el cuadro completo, el teatro tiene siempre un plano general que a lo sumo puede modificarse con la iluminación. Nosotros somos puentes que ayudamos a entender el relato para que le llegue al espectador. Es fundamental saber usar los efectos con un objetivo dramático”.

Luego, **Alejandra Espector**\*: “Hay que ver cómo se usan determinados efectos y ejercer el trabajo de diseño de una obra en equipo, si no es un caos. Todos los elementos de una ópera deben ser trabajados para lograr transmitir determinadas emociones”.

Por su parte, **Ximena Belgrano Rawson**: “Creo



Betty Gambartes



Oscar Grassi y Carlos Palacios



Héctor Calmet, Ximena Belgrano Rawson, Alejandra Espector y Carlos Palacios

que nuestro objetivo es comunicar, después hay múltiples lenguajes para hacerlo, hay que ver cómo dialoga lo que quiero utilizar en pos de comunicar. Desde el diseño de una puesta uno debe ayudar al cantante. La ópera está constituida por un montón de limitaciones y sobre eso me interesa trabajar”. Y sobre la temática que se aborda: “En la ópera se suele trabajar con un repertorio bastante antiguo, siempre habla de amor, ese tema ha sido el motor, qué otra cosa se puede contar con ese caudal de voces y orquesta. Si no hablamos de emociones en la ópera estamos perdidos”.

\* Son profesores regulares del área Teatro y Espectáculos de la Facultad de Diseño y Comunicación.

## LIBROS DE LA FACULTAD: GRAFICA EN PALERMO

### Gráfica en Palermo

#### Creaciones de estudiantes de la carrera de Diseño

A continuación se transcribe la introducción al libro Gráfica en Palermo, recientemente editado por la Facultad de Diseño y Comunicación: “Gracias a esta cuidada edición, preparada por el profesor **Marcelo Ghio**, compartimos la riqueza de la producción visual de los estudiantes de Diseño Gráfico de nuestra Facultad. Nuestra plataforma de enseñanza es única por su alcance, diversidad y calidad, en Argentina y Latinoamérica. Día a día renovamos el liderazgo

académico en la creación de nuevas carreras que responden a un mercado profesional de alcance global, en constante transformación. La Facultad de Diseño y Comunicación es un modelo exitoso, con más de veinte años de historia que, al integrar adecuadamente la formación proyectual en todos los diseños con los contextos comunicacionales, económicos y tecnológicos abre incesantemente nuevas perspectivas de desarrollo para los egresados.

En los aspectos curriculares, el modelo original de enseñanza del Diseño Gráfico en nuestra Facultad integra la formación de Diseñadores Gráficos (3 años) con tres orientaciones en cuarto año (Imagen Empresaria, Packaging y Diseño Editorial) y se proyecta, en forma opcional, con un ciclo de Licenciatura en Diseño con énfasis en investigación, y con la Maestría en Diseño centrada en la gestión de proyectos de gran escala.

En **Gráfica en Palermo** se incluyen trabajos de más de ochenta estudiantes de nuestra Facultad realizados en las asignaturas Comunicación y Diseño Multimedial de tercer año (cátedras

Pablo Barilari, Jorge Codicimo, Carlos del Río y Marcelo Ghio), y Diseño de Imagen Empresaria (cátedra Marcelo Ghio).

Los proyectos se organizan en siete capítulos de ilustran la creatividad, complejidad y profesionalidad de los trabajos desarrollados por los estudiantes en estas asignaturas enmarcados en una estrategia pedagógica de simulacro profesional. El libro culmina con proyectos desarrollados por estudiantes, a partir de pedidos reales de empresas e instituciones que se acercan a la Facultad para resolver necesidades visuales y comunicacionales.





## “El chocolate es mucho más que un alimento o una golosina”

Expresó Rodrigo Salgado, Presidente de Chocolate Fenix, el 9 de junio pasado en el Rincón Gourmet del Chocolate organizado por la Facultad de Diseño y Comunicación junto a Nouvelle Gastronomie. Distintos referentes del mundo del chocolate compartieron sus conocimientos.



La apertura estuvo a cargo de **Miguel Angel Isaurralde**, Director de Comunicación de Nouvelle Gastronomie y su revista especializada Bon Appetit Argentina: “El chocolate es todo un símbolo, Argentina tiene su tradición en chocolates y bombones, cosa que nos identifica”.

La primera presentación estuvo a cargo de **Juan Manuel Illesca**, Sommelier de la Bodega Familia Zuccardi: “Soy encargado del producto Malamado de Familia Zuccardi, es un producto de la bodega especial, un vino fortificado que es llevado por 24 meses a barricas de roble usadas ya que cuando más líquido pasa por la barrica la madera se va ensanchando”.

Luego, **Rodrigo Salgado**, Presidente de Chocolate Fenix habló sobre sus productos: “Nuestra familia fabrica chocolates hace 120 años. Hacer chocolates es procesar el cacao, un grano originario de América pero que antes tenía un uso totalmente distinto. El chocolate es inventado en Europa, antes se lo tomaba como una bebida a la que se

le agregaban especias y agua. Cuando llega a Europa el cacao se hace muy popular y se le van agregando distintos ingredientes como la leche en polvo, manteniendo así su estado sólido. El chocolate del siglo XIX era artesanal, durante el siglo XX se convierte en una golosina”. Y agregó: “En Argentina, Fenix es la única empresa que fabrica el chocolate partiendo del grano de cacao y eso nos da un potencial y oportunidades magníficas y una gran calidad en el producto”. Por último: “El chocolate es mucho más que un alimento o una golosina, tiene propiedades que lo hacen un producto muy interesante”.

Como cierre, **José Luis Elias**, Director Educativo del Instituto Buenos Aires Pastelería Maestra: “En el Instituto buscamos un sabor distinto y muy cuidado, trabajamos a partir de un chocolate de origen. Cuando diseñamos una receta tenemos que saber cuales son nuestros objetivos y dónde queremos llegar con lo que estamos haciendo. Es importante buscar diferenciarse con sabores, con calidad y con recetas distinguidas. Todos los bombones



Juan Manuel Illesca, Bodega Familia Zuccardi



Miguel Angel Isaurralde, Nouvelle Gastronomie



Degustación de los productos de las empresas participantes



Cuarteto de guitarras Nuntempe Ensemble

son ricos si están bien balanceados, y eso es lo que enseñamos. Buscamos que los productos sean interesantes y la única fórmula de llegar a algo rico es mediante el ensayo y el error”. Al finalizar el evento se presentó el cuarteto de guitarras Nuntempe Ensemble y luego se realizó una degustación de los productos de las empresas participantes.



José Luis Elias, Instituto Buenos Aires Pastelería Maestra y Rodrigo Salgado, Chocolate Fenix



**FAMILIA ZUCCARDI**  
CULTO POR EL VINO



**FENIX**

**Bon-Appetit.com.ar**  
“Una mirada distinta de la Gastronomía y la Alimentación”

OBSERVATORIO TEMÁTICO: DENIM, EL TEJIDO MÁS USADO DE LA INDUSTRIA

## “Hicimos una campaña publicitaria para transmitir la idea de vanguardia, diversidad de productos y tendencia”

Dijo Belén Baldelomar, coordinadora de marketing y comunicación de Santana Textiles, en el Observatorio Temático sobre “Denim, el tejido más usado de la industria”, organizado por la Facultad de Diseño y Comunicación junto a Santana Textiles el 16 de junio pasado.



Belén Baldelomar y Alejandro Ogando de Santana Textiles >



La presentación de la empresa Santana textiles estuvo a cargo de **Belén Baldelomar**, coordinadora de marketing y comunicación: “Santana Textiles es un grupo fundado en 1963 que cuenta con cinco unidades productivas de denim, cuatro en Brasil y una en Chaco, Argentina. En el país se iniciaron las actividades en 2008, desde entonces llevamos a cabo una producción de más de 1.4 millones de metros de denim por mes, ocupando el 25% del mercado”.

Luego contó su plan de marketing: “En Santana textiles hemos logrado insertarnos en el mercado del denim argentino gracias a que poseemos un precio altamente competitivo. Intentamos convertirnos en la opción elegida, no sólo por aquellos que buscan precio sino

también tendencia, calidad y entrega. Por eso poseemos hilanderías que trabajan con materia prima de alta calidad. Nuestro target son las primeras y segundas marcas del mercado. Si bien el grupo no tiene marcas propias, sí tiene una diferenciación de productos. Incorporamos un nuevo catálogo de acuerdo a las tendencias 2010/2011 desarrollado por el DENIM LAB, un laboratorio destinado a la investigación de tendencias internacionales para el desarrollo de nuevos tejidos y la experimentación de procesos de lavandería en prendas”.

Finalmente, agregó: “Otras estrategias fueron la inauguración de un showroom para que los clientes puedan ver los tejidos en prendas y la creación de un nuevo video institucional. Hici-

mos una campaña publicitaria para transmitir la idea de vanguardia, diversidad de productos y tendencia. Llevamos a cabo algunas acciones directas, como envíos de cds a clientes con nuestra presentación de la temporada verano 2010/2011. También realizamos acciones con universidades, creando la primera cátedra de Denim en la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, coordinada por el profesor Gustavo Lento”.

A continuación, **Alejandro Ogando\***, coordinador de producto de Santana Textiles, habló del proceso productivo en la fabricación del denim: “El algodón llega a la fábrica en fardos que son llevados a la hilandería, donde comienza el

proceso de apertura con una máquina llamada UNifloc. Esta máquina absorbe el algodón y lo va limpiando hasta que, por un lado, sale el algodón, y por otro la cascarilla de residuos que no serán usados. Por un sistema de torción y estiramiento, este algodón se transforma en hilo”.

Luego explicó: “En su mayoría, el denim está compuesto por distintos títulos de hilado. Los hilos se acomodan en bobinas y se pasa a los telares, donde se coloca en cilindros de algodón crudo listo para teñir. Salen del teñido en color verde, pero cuando entra en contacto con el aire se oxida y se vuelve azul. Este proceso de teñido y oxidación se repite varias veces de acuerdo a la intensidad que se le quiera dar. Se vuelve a generar el plegado de la urdimbre listo para la tejedora. Luego del armado del tejido, se hace una revisión manual. Finalmente se realiza la expedición del producto a la empresa de cada cliente. Los efectos y procesos se aplican después de la confección de la prenda. Nosotros en general mandamos medias piernas a diferentes lavaderos para elegir la que queda mejor”.

\* Alejandro Ogando es profesor regular del área Moda de la Facultad de Diseño y Comunicación.

# “El humor es el motor de la vida. Es como el alimento. Yo como menos y me río más”

Expresó la actriz Lola Berthet en la Facultad

Alberto de Mendoza, Gabriela Acher, Patricia Kessler y Lola Berthet estuvieron presentes en abril 2010 en el ciclo Diseño y Comunicación en las Artes del Espectáculo organizado junto al Complejo Teatral de Buenos Aires. En esta nota se incluyen fragmentos de las crónicas escritas por estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación que cursaron la asignatura Diseño de Espectáculos con la coordinación de los profesores Claudia Kricun y Dardo Dozo.

## Alberto de Mendoza en DC, el 5 de abril 2010

“Romper zapatos jugando al fútbol”, fue la primera respuesta que salió de boca de Alberto de Mendoza, al escuchar la pregunta de cómo recuerda los juegos de su infancia. Una respuesta inocente que varios años después, y con las marcas de todas sus experiencias representadas en su cara, puede hablar de la integridad personal y profesional de un individuo que se regocija entre los placeres más sencillos.

Hombre argentino nacido en la Ciudad de Buenos Aires, en el barrio de Belgrano el 21 de enero de 1923 bajo el nombre de Alberto Manuel Rodríguez Gallego González de Mendoza. Tras varias experiencias de vida tuvo que mudarse a España y partir su vida en dos, es toda una demostración de fuerza de voluntad y dedicación que enseña tanto a adultos profesionales, como a jóvenes estudiantes que tienen sueños, metas y proyectos. Sólo basta con tenerse una cierta confianza, creer en lo que se tiene y tener un pensamiento lo suficientemente libre para poder entender en mundo en que se desenvuelven y lograr lo que se propone. “Mi generación y el mundo del cual formaba parte es uno. Pero el de ahora tiene cosas más conflictivas que el nuestro. Nosotros sabíamos que íbamos a llegar, siempre y cuando quisiéramos lo que hacíamos, era una lucha que nos daba tiempo para reunirnos en los cafés y hacer otras cosas”. Con estas palabras el actor respondió a la pregunta sobre los cambios más significativos que puede notar en el medio desde que empezó. El mundo, los medios, las tecnologías, las formas para llegar y alcanzar los sueños han cambiado tanto que pensar de algún modo como Alberto de Mendoza resulta un poco utópico en un medio donde la situación se hace cada vez más difícil y competitiva. Pero poniendo sus vivencias y lo que ahora puede resultar más conflictivo en una balanza se llega a la conclusión que pensar, confiar y poner el talento propio por encima de ciertas dificultades superficiales es la clave para poder alcanzar el alto nivel que ha llevado este actor durante toda su carrera.

Pensar en un actor integral remite a Alberto de Mendoza, un hombre que confía en su talento, en el de su propio país y jamás dudaría en poner-

lo por encima de otros. Su escuela actoral más que sus estudios es la experiencia, su público le regala el reconocimiento a uno de los actores más grandiosos, talentosos y profesionales del país. “Cada actor es una representación de uno mismo”, cada personaje encarnado por Alberto de Mendoza tiene algo de él, su esencia siempre está presente en cada uno de sus trabajos y su público lo reconoce en esa esencia, lo aprendió a valorar sintiendo lo que él siente con cada actuación, reconociendo que más allá de una cara bonita y un símbolo de atracción antes y ahora, se encuentra una calidad profunda en lo que hace. Aun cuando la carrera de Alberto de Mendoza se ha tenido que partir entre España y Argentina, aun cuando formó una familia en España, fue criado por su abuela en ese lugar y se ha desarrollado como un gran artista entre los españoles, su casa nunca ha dejado de ser su país natal, Argentina. Dicho por él mismo, y escuchando como ahora regresar a su casa, es como se puede notar que cada experiencia vivida en este país lo marcó de una manera profunda. “Cuando llego a Ezeiza y escucho hablar a los argentinos, es volver a casa. Durante muchos años representé al cine español siendo más argentino que Gardel”. En ese espíritu patriota, en esa franqueza que tiene para decir las cosas y en sus palabras sabias, que dan cuenta de su gran experiencia, se nota cómo brota una calidad de ser humano, que como actor y sujeto reconocido, emplea una forma muy sencilla y astuta para llevar su vida profesional y personal adelante íntegramente.

Alberto de Mendoza nació actor, se describe como un muy buen amigo y muy mal enemigo. “El trabajo de un actor es un vía crucis de éxitos y fracasos, por ello se debe agradecer que te tomen en cuenta”. Para todos los jóvenes estudiantes que sueñan con participar en el mismo medio que Alberto de Mendoza, es muy grato escuchar y aprender en una charla fluida y brillante, de un actor que por su humildad y sinceridad se lo ve como una persona más entre nosotros y que compartió sus experiencias y consejos generando una gran conexión. Es muy positivo, poder reconocer el talento, la fuerza de voluntad, el empeño de querer “romper los zapatos jugando fútbol”, romper los zapatos ju-

gando el juego de la vida, caminando en un sin límites de experiencias que hicieron que crecieran no sólo un gran actor sino una gran persona que es ejemplo para todos los que quieren surgir. (Texto de la estudiante Laura Tatiana Prieto Muñetón)

## Gabriela Acher en DC, el 12 de abril 2010

Nacida en Uruguay, dueña de una belleza evidente y un desparpajo aún más llamativo, Gabriela Acher confirma la pasión que le despierta su vocación con cada cosa que dice o hace. De su infancia recuerda los juegos en la calle y el tiempo que pasaba en la playa. En sus palabras “La playa era una institución, yo nací ahí y la extraño”. Ya de adolescente empezaba a surgir la Gabriela crítica que cuestionaba a todos aquellos mandatos de la época que promulgaban guardar la virginidad para poder conseguir un esposo médico y millonario con el cual tener hijos médicos y millonarios. Acher no estaba hecha para eso y por está razón un día decidió darle rienda suelta a toda su capacidad artística y creativa y se propuso ingresar al mundo del espectáculo. De esta manera a sus 17 años empezó haciendo avisos comerciales en una agencia de publicidad, esto le permitió darse a conocer dentro del circuito televisivo. Su primera aparición en un programa de televisión fue gracias al espacio de humor Telecataplum. Gabriela convenció a Eduardo D’Ángelo de que ella era la chica indicada para participar en el programa, la aceptación de su familia ante el nuevo rumbo profesional que tomaba su vida no fue nada fácil, pero Gabriela demostró que la actuación para ella era algo más que un hobby, de esta forma su personaje en el programa uruguayo sacó a relucir sus impresionantes dotes histrionicas y humorísticas.

Participó en diversos programas y shows en Argentina, México y España, en donde gracias al personaje de “Charito” en el programa de televisión “Un, dos, tres” logró hacerse un nombre propio dentro de la pantalla ibérica, pero para la actriz el público argentino es el más maravilloso del mundo, razón por la cual después de un tiempo de trabajar en el exterior volvió a la Argentina donde participó en exitosos programas de televisión, películas y espectáculos teatrales como: Tato Diet, Hagamos el humor, Gasalla for export, El último de los amantes ardientes, Memorias de una princesa judía, Sol de otoño y Esperando al Mesías, los cuales la hicieron acreedora de diversos premios como el Martín Fierro y el Estrella de Mar.

Para la construcción de sus personajes toma todo lo que le puede brindar la vida cotidiana, logrando así una sinergia perfecta entre la realidad humana y una construcción actoral exquisita que siempre tiene en cuenta al humor como eje central. Gabriela Acher no sólo es reconoci-



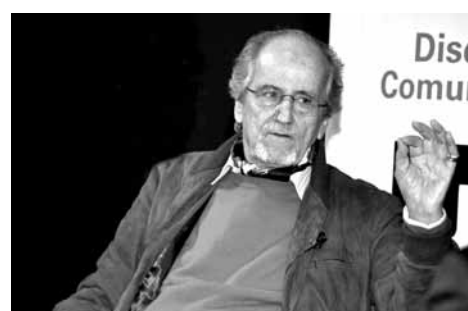
Lola Berthet en DC, el 26 de abril 2010

da como una excelente actriz y comediente, su faceta de escritora también le ha merecido múltiples reconocimientos. “Empecé a escribir porque me convocaron de distintas revistas para hacer artículos de humor”, pero su labor como escritora no se limitó a este tipo de artículos, Acher es la autora de importantes libros como: La guerra de los sexos está por acabar... con todos (1992), El príncipe azul destiñe, El amor en los tiempos del colesterol (1999), Si soy tan inteligente, ¿por qué me enamoro como una imbecil? (2003), “Algo sobre mi madre (todo sería demasiado)” (2007). Para la artista más allá de lo gratificante que resulta la publicación de estos textos, el hecho de transformarlos en el eje central de muchos de sus unipersonales la hace sentir muy orgullosa.

A lo largo de su trayectoria Gabriela Acher también ha sido reconocida como una aguerrida defensora de los derechos de las mujeres, razón por la cual fue galardonada con el premio Elvira Rawson. Acher siempre se ha interesado en mantener una lucha constante a favor de la igualdad entre hombres y mujeres para ella “el feminismo es que la mujer pueda elegir su propia vida” y repudia abiertamente el rol de objeto sexual de la mujer, ya que afirma que esta estigmatización sólo logra reducir a la mujer quitándole todo lo que podría llegar a ser. “A veces las mujeres somos tontas, nos estamos mandando a lavar los platos nosotras mismas, nos enamoramos de este lugar de objeto”. Para la actriz, su madre siempre fue una persona excesivamente dramática, esto le originó a Gabriela muchos miedos, inseguridades y mal informaciones durante su infancia y adolescencia. Ya



Alberto de Mendoza en DC, el 5 de abril 2010



en su vida adulta se propuso conocer el mundo por ella misma, liberarse de todos aquellos fantasmas y disfrutar de la vida plenamente, así y con el paso del tiempo, Gabriela Acher se transformó en una mujer independiente, feliz, segura de sí misma y para la cual no existen límites. Todo esto se hace evidente en todos sus trabajos como actriz, como escritora y a lo largo de esta entrevista, Gabriela Acher se presenta como una mujer en todo el sentido de la palabra, alguien que logró vencer un sin número de barreras socioculturales y dejando a un lado el miedo se dio la oportunidad de vivir el sentido de la existencia misma.

Como mujer que soy, presenciar el testimonio de Gabriela Acher se convierte en una valiosa oportunidad para reivindicar todo lo que enmarca la naturaleza femenina en el mundo en que vivimos.

"Soy feminista para mover la razón e impedir que se fosilice en un discurso estéril al amor. Soy feminista para reconciliar razón y emoción y participar humildemente en la construcción de sujetos sentipensantes como los llama Eduardo Galeano. Soy feminista y defiendo una epistemología que acepte la complejidad, las ambigüedades, las incertidumbres y la sospecha. Sé hoy que no existe verdad única, Historia con H mayúscula, ni Sujeto universal". Florence Thomas - Cofundadora del grupo Mujer y Sociedad - Facultad de Ciencias Humanas - Colombia. (Texto de la estudiante María Fernanda Díaz Caneñio)

#### Patricia Kessler en DC, el 19 de abril 2010

Tímida, pero con una sonrisa notable en su rostro, Patricia ingresa con los docentes al auditorio. Se sienta en su lugar y observa al público presente.

Por cuestiones laborales, Patricia Sosa no pudo asistir, en su lugar, se presentó su amiga y manager Patricia Kessler. Comenzó hablando sobre los juegos de su infancia. Ella los recuerda como cualquier otra niña, jugaba al elástico en el recreo del colegio e interpretaba a la Mujer Maravilla y la Mujer Biónica; "No cambio para nada mi infancia por la de ahora, que es más tecnológica. Antes se podía jugar en la calle, ahora no". Dardo Dozo le pregunta cómo era en el colegio. Y ella responde que era la mejor alumna, que fue abanderada y que nunca se llevó ninguna materia. Si bien se recibió de perito mercantil, Patricia sabía que no era el futuro que quería y fue inmediatamente a buscar trabajo de producción. A los 18 años, más precisamente en enero de 1987, ingresa a trabajar en la productora de Rubén La Rosa. El auditorio se sorprende al oír su anécdota, ya que sólo se presentó y tocó timbre sin ninguna entrevista o encuentro previo; "Me atendió una señora y le dije que quería trabajar, empecé ese mismo día". Claudia Kricun, le preguntó sobre la diferencia entre un asistente de dirección y uno de producción, ella explicó que el asistente de dirección se encarga de la parte más artística, asiste al director y marca pautas y, en cambio, el de producción es más técnico y comercial.

Con admiración, no sólo laboral, sino también personal, nos contó sobre su relación con Patricia Sosa. Hace 8 años, la llamó Alberto Miguel



Gabriela Acher en DC, el 12 de abril 2010

para trabajar con ella. Con el paso del tiempo, se convirtió en vicepresidenta de la Fundación que lleva adelante la cantante, "Pequeños gestos, grandes logros" y explica que nació por una carta de ayuda que contaba la realidad de la comunidad.

El público se pone de pie. Se visualiza un video donde Patricia Sosa no sólo canta, sino que interpreta con lenguaje de señas el Himno Nacional Argentino. Ante una pregunta de mi grupo, respondió: "Hay muchos cambios en el medio, cuando empecé todo era más hippie, ahora hay más carreras. La cultura del país se modificó, por ejemplo Jacobo vende más libros que Sábato". Luego, puso en tela de juicio a distintos programas de televisión, donde lanzan a personas a la fama, que se olvidan a los pocos meses: "Antes iba un guitarrista a un boliche y así empezaba hasta llegar al disco. Ahora está Operación Triunfo, donde los chicos empiezan con un disco y un teatro Ópera y después no saben qué hacer".

Habló de sus próximos proyectos, y de un viaje que tienen programado con la Fundación. Por último, opinó sobre la piratería: si bien la considera una falta de respeto para el artista, dijo que "hay que adaptarse al nuevo medio". Le preguntaron también sobre la felicidad, y dijo que es hacer lo que a uno le gusta. La conversación va llegando a su fin, los docentes, como a cada invitado le regalan un texto, que lo recibe con gran cariño. Fue una entrevista muy interesante, en donde aprendimos y descubrimos no sólo cuestiones personales de Patricia, sino también del medio donde se desempeña. (Texto del estudiante Santiago Palumbo)

#### Lola Berthet en DC, el 26 de abril 2010

Pequeña de textura física, pero con un gran talento artístico, la actriz Lola Berthet, deleitó a los presentes con sus conocimientos no sólo sobre su profesión sino también sobre todos aquellos adquiridos a lo largo de su vida que la hacen una persona rica en todo sentido. Este ciclo se ha caracterizado a lo largo de los años por una pregunta que ha puesto un sello en estos encuentros, la cual consiste en que los artistas invitados recuerden y cuenten al público asistente cuáles han sido los juegos que han marcado su infancia. Si bien, los cuatro primeros invitados difieren en épocas, las respuestas a esta pregunta han sido similares. Alberto de Mendoza, Gabriela Acher, Patricia Kessler y Lola Berthet, recordaron y coincidieron que donde pasaban mayor tiempo jugando, ya sea a la payana, trepando árboles o andando en bi-



cicleta durante su infancia, ha sido en las calles de aquellos barrios que los vieron crecer.

Lola Berthet, manifestó sus dotes actorales desde sus inicios en la secundaria. Recuerda una anécdota, en la cual organizó una entrega de premios, simulando ser los Oscar. A cada profesor le buscaba un parecido con un actor, para luego premiarlo con una estatuilla, la cual conseguía en un cotillón de su barrio de Parque Patricios. Al terminar el secundario, cuenta "me paré en frente de la Facultad de Derecho y se me vino el mundo encima. Entonces dije: tengo que ser actriz, lo decía muy en serio." Sus padres no tenían dinero para pagarle la carrera, por lo que decidió ir al Conservatorio Municipal de Arte Dramático. Allí se realizaban exámenes eliminatorios y tenían una duración de un mes. Al finalizar, "yo era una de las 53 personas que había entrado". A partir de esto, el primer trabajo profesional que realizó fue en una obra teatral con José María Muscari: "Hacíamos dos funciones por sábado, yo no entendía nada." Pasó por programas exitosos como: Verano del '98, Costumbres Argentinas, y a partir de ahí comenzó a ser más reconocida por el público. En Los Roldán, La Lola y en otras novelas siempre sus personajes tenían una cuota de humor y simpatía. A lo cual Lola afirmó: "El humor es el motor de la vida. Es como el alimento. Yo como menos y me río más."

Para conocerla desde otro aspecto es de gran relevancia contar que apoya y trabaja por la Ley de Medios. "Es difícil que la dejen ser. Esta ley le daría trabajo a mucha gente, permite el habla y la expresión. No tiene que haber monopolios, tiene que haber diversidad de medios para que uno pueda elegir. Es una ley que abre la comunicación a la comunidad", afirma. También está involucrada en un proyecto el cual tiene como objetivo luchar por los derechos del conjunto colectivo de los actores. Ayudar a los actores mayores a que puedan seguir insertos en los medios y de esta manera poder trabajar en lo que les apasiona. Contener al colectivo de jóvenes que comienza, para que trabajen con responsabilidad, ética y con profesionalidad. El nombre que identifica a esta institución es SAGAI.

La felicidad para Lola es estar bien de salud, tener tiempo para sus amigos, su familia, tener la libertad de elegir y tomar decisiones y estar tranquila. En todo momento en la entrevista la actriz y hacía mucho hincapié en su familia y sus amigos, ya que han sido pilares fundamentales para su vida profesional y son las personas que han formado su esencia: "No cambiaría nada de mi vida, no reniego. Si tengo que vivir la vida que tengo, la volvería a elegir." El consejo que ella brinda a todas las personas que quieren entrar en el mundo de la actuación es que no tengan miedo, sí constancia, que lo tomen como un trabajo normal, la única diferencia es la exposición. A mi parecer tiene una esencia que muy pocos actores han logrado adquirir. A la actriz le interesa más que la gente le agradezca por hacerla reír a obtener un premio por el reconocimiento por su trabajo. (Texto de la estudiante Noelia Fauret)



Patricia Kessler en DC, el 19 de abril 2010



## 23 Talleres de Capacitación Digital

Cada taller tiene una duración de 18 horas, distribuidas en 3 módulos de 2 clases cada uno. Cada clase tiene una duración de 3 horas. En la última clase del ciclo se tomará un examen de evaluación, para poder rendirlo es requisito haber asistido a los 3 módulos. La Facultad entregará un certificado de aprobación del taller a todos los estudiantes que hayan asistido al 100% de las clases y aprueben el examen de evaluación.

+ info: [www.palermo.edu/dyc/eventos/cg/comp\\_grafica.html](http://www.palermo.edu/dyc/eventos/cg/comp_grafica.html)

Inscripción: [www.palermo.edu/dyc](http://www.palermo.edu/dyc) -> mini-sitosDC -> PalermoDigital -> Oferta de talleres e inscripción

Contacto: Andrés Kesting - Gabriela Senarega | [capacitaciondigitaldc@palermo.edu](mailto:capacitaciondigitaldc@palermo.edu) | 5199-4500 int. 1111.

### Oferta de Capacitación Digital - Ciclo 3: Del 16 de agosto al 1 de octubre 2010

Entre paréntesis, el profesor que dicta el curso.

#### Animación 2D y efectos digitales con After Effects

Miércoles 18:45 a 22 hs. Fecha examen: 29/09 (Aleja García Sosa)

#### Dibujo digital para moda con Corel Draw

Martes 14 a 17:15 hs. (Lorena Bidegain) Fecha examen: 28/09

#### Dibujo y modelado básico con Rhinoceros

Viernes 18:45 a 22 hs. Fecha examen: 1/10 (Constanza Ruiz)

#### Diseño de un proyecto 2D con AutoCAD

Lunes 18:45 a 22 hs. Fecha examen: 27/09 | Jueves 8 a 11:15 hs. Fecha examen: 30/09 (Antonio Tecchia)

#### Diseño gráfico con Illustrator

Lunes 14 a 17:15 hs. Fecha examen: 27/09 (Elsa Silveira) | Miércoles 18:45 a 22 hs. Fecha examen: 29/09 (Ludmila Voiezki) | Jueves 8 a 11:15 hs. Fecha examen - 30/09 | Jueves 14 a 17:15 hs. Fecha examen - 30/09 (Jorgelina Vicente) | Viernes 14 a 17:15 hs. Fecha examen: 1/10 (Elsa Silveira)

#### Diseño web con Dreamweaver

Martes 14 a 17:15 hs. Fecha examen: 28/09 (Gabriel Villafines) | Miércoles 14 a 17:15 hs. Fecha examen: 29/09 (Miguel Angeleri)

#### Edición digital con Premiere

Lunes 14 a 17:15 hs. Fecha examen: 27/09 (Ariel Juárez)

#### Interactividad y animación 2D con Flash

Lunes 14 a 17:15 hs. Fecha examen: 27/09 (Diana Fernández) | Miércoles 14 a 17:15 hs. Fecha examen: 29/09 (Julián Dubosca) | Jueves 14 a 17:15 hs. Fecha examen - 30/09 (Miguel Angeleri)

#### Modelado 3D con polígonos y animación en 3D MAX

Miércoles 14 a 17:15 hs. Fecha examen: 29/09 (Rocío Rojo)

#### Retoque fotográfico con Photoshop

Lunes 14 a 17:15 hs. Fecha examen: 27/09 (Ludmila Voiezki) | Martes 8 a 11:15 hs. Fecha examen: 28/09 (Emiliano Dorignac) | Martes 18:45 a 22 hs. Fecha examen: 28/09 (Isabel Cabral) | Miércoles 8 a 11:15 hs. Fecha examen: 29/09 (Jorgelina Vicente) | Miércoles 18:45 a 22 hs. Fecha examen: 29/09 (Paula Caia Zotes) | Jueves 18:45 a 22 hs. Fecha examen: 30/09 (Mauricio Carballo).

# Empresas FV y Sacheco

## Trabajos Reales para Clientes Reales

Durante el primer cuatrimestre 2010 se han desarrollado nuevos concursos con prestigiosas empresas que ofrecieron como resultado excelentes productos y muy buenas posibilidades para nuestros estudiantes de estar cerca del mercado profesional.

El Programa Trabajos Reales para Clientes Reales vincula a los estudiantes de la Facultad con empresas e instituciones que solicitan resolver necesidades comunicacionales y/o de diseño a través de un formato de producciones profesionales en el ámbito de las clases y con la coordinación del profesor titular.

El área de Diseño Gráfico desarrolló un concurso con la empresa **FV del Grupo Franz Viegner**, que se fundamentó en el diseño de piezas de comunicación institucional, en particular una brochure.

Participaron las comisiones de Taller IV, a cargo del prof. Carlos del Río en la carrera de Diseño Gráfico y Planificación de Campañas a cargo del prof. Adrián Candelmi en la carrera de Publicidad.

El jurado estuvo compuesto por Allan Castelnuovo y Christian Colman, representantes de la empresa FV y Jorge Gaitto de la Facultad de Diseño y Comunicación. Seleccionaron dos ganadores y destacaron tres menciones. El primer premio fue para **Magalí Sztern**, el segundo para **Daniel Frega**. Las menciones fueron para **María Herrera**, **Cintia Elsesser** y **Nicolás Gilbert**.

Los ganadores obtuvieron una retribución económica.

El área Productos y Objetos ha trabajado para la empresa **Sacheco** en un proyecto que involucran al diseño y el uso de materiales específicos para el desarrollo de producto.

La empresa trabajó en dos categorías. Una enmarcada en desarrollos tecnológicos, a partir del Tamburato, un nuevo material comercializado por Sacheco.

Se desarrolló con los estudiantes de las asignaturas Materiales y Procesos II a cargo del profesor Gastón Girod. El ganador fue **Leonardo Páramo** con su proyecto mesa para TV.

Se otorgaron menciones para los estudiantes **Miguel Moses**, **Tomás Tarquini** y **Leandro Ré**.

El jurado estuvo compuesto por la responsable de marketing de la empresa, Sol Chmielewski y el profesor Daniel Wolf.

En la categoría Diseño se desarrollaron percheros de pie a partir de trabajo en placas. Participaron las cátedras de Diseño Industrial IV, a cargo de los profesores Hernán Sthele y Daniel Wolf.

Se premiaron los proyectos de **Francisco Céspedes** (1º premio), **Pedro Schwarzbock** (2º premio) e **Inés Bermejo** (3º premio). Fueron mencionados los proyectos de los estudiantes **Melina Nikiel** y **Eugenio Benítez**.

El jurado fue también representado por la responsable de marketing de la empresa y por el profesor Gastón Girod.

En ambos casos el premio consistió en una valoración económica para los primeros puestos.

En el primer cuatrimestre 2010 se realizaron Trabajos Reales para Clientes Reales para las siguientes empresas: **Zoo de Buenos Aires** (ver DC Junio 2010), **Traje típico de Argentina para Miss Universo** y **GA.MA** (ver DC Julio 2010). Ver fotografías de los premiados en esta página.



Allan Castelnuovo y Christian Colman, representantes de FV y Jorge Gaitto de la Facultad de Diseño y Comunicación



Estudiantes premiados del concurso GA.MA



Primer premio concurso FV: **Magalí Sztern**



Estudiantes premiados del concurso Sacheco



Segundo premio concurso FV: **Daniel Frega**



Mención concurso FV: **María Herrera**



Mención concurso FV: **Nicolás Gilbert**



Mención concurso FV: **Cintia Elsesser**



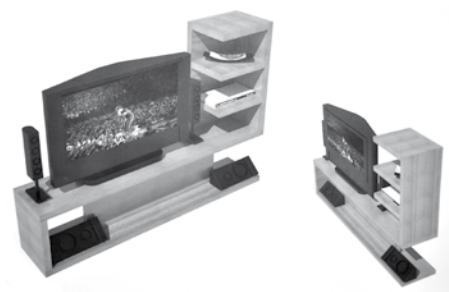
Sol Chmielewski, responsable de marketing de la empresa Sacheco y los profesores **Gastón Girod** y **Daniel Wolf** (der.)



Mención: **Leandro Ré**



Mención: **Miguel Moses**



Primer premio Sacheco, mesa para TV: **Leonardo Páramo**



Primer premio Sacheco, percheros: **Francisco Céspedes**

### ENTREGAS DE PREMIOS. Agosto 2010

#### Nuevos Profesionales I

4 de Agosto, 18 hs, Aula Magna. Mario Bravo 1050, 6º piso.

#### Mejores Proyectos de Graduación

10 de Agosto, 18hs., SUM. Mario Bravo 1050, PB.

#### Nuevos Profesionales II

11 de Agosto, 18 hs., Aula Magna. Mario Bravo 1050, 6º piso.

#### Ensayos sobre la Imagen

17 de Agosto, 18 hs., SUM. Mario Bravo 1050, PB.

#### Espectáculo Palermo

25 de Agosto, 18 hs., SUM. Mario Bravo 1050, PB.

#### Cortos DC

31 de Agosto, 18 hs., Aula Magna. Mario Bravo 1050, 6º piso.

### diseño&comunicación

Dirección Editorial: Oscar Echevarría, Decano de la Facultad de Diseño y Comunicación (oehev@palermo.edu)  
Diseño: Constanza Togni  
Fotografía: Centro de Producción DC-UP  
Textos: Sol Echevarría - Valeria Limonoff  
Tirada: 10.000 ejemplares

Universidad de Palermo.  
Facultad de Diseño y Comunicación.  
Mario Bravo 1050, 6º piso, 5199 4500  
mtogni@palermo.edu  
www.palermo.edu/dyc

