

SUMARIO

- ▷ Roger. Fernández. Gil Navarro en DC. Ciclo Diseño y Comunicación en las Artes del Espectáculo
- ▷ Contenido visual y tendencias: Fotografía editorial y publicitaria: 3º Jornadas de Fotografía
Página 2
- ▷ Creando espacios y medios de difusión para la historieta: 8º Jornadas de Diseño de Historietas
Página 2
- ▷ Creación y organización de momentos: Observatorio temático
Página 2
- ▷ Creatividad y estrategia en marketing promocional: Observatorio temático
Página 3
- ▷ Hermès en UP. Petit Journal de la Soie
Página 3
- ▷ Miradas sobre la escena: 5 días de teatro y espectáculo
Página 2
- ▷ Escena Creativa. 10º edición
Página 2
- ▷ Comunicación interna: Estrategia y gestión en contexto de crisis. Observatorio temático
Página 3
- ▷ Catering temático: Diferentes formas y estilos de presentar un evento: Rincón Gourmet
Página 3
- ▷ Alta costura y diseño de autor. Fashion Lab organizado con la revista Watt
Página 3
- ▷ Nuestra forma de estudiar
Página 3
- ▷ 5 Días de Teatro y Espectáculos. Abril 2009
Páginas 4 y 5
- ▷ Premiadados Eventos Jóvenes
Páginas 6 y 7
- ▷ Computación gráfica
Página 7
- ▷ Relaciones Públicas: Radiografía 2009, proyecciones y desafíos
Páginas 8 y 9
- ▷ Estudiantes DC online
Página 9
- ▷ Clínica de creatividad
Página 10
- ▷ Escena creativa. 9º edición
Página 11
- ▷ Percepción del sitio y el diseño del paisaje
Página 12
- ▷ María Kodama en Diseño y Comunicación
Página 12

Contenido visual y tendencias: Fotografía editorial y publicitaria

3º Jornadas de Fotografía

22 y 23 de septiembre, 9.45 hs.

[+ info pág. 2]



Creando espacios y medios de difusión para la historieta

8º Jornadas de Diseño de Historietas

15 de septiembre, 10 hs.

[+ info pág. 2]



Roger. Fernández. Gil Navarro en DC

Ciclo Diseño y Comunicación en las Artes del Espectáculo

Este ciclo, a cargo de profesores Claudia Kricun y Dardo Dozo, se lleva a cabo los lunes a las 15 horas en el aula magna de la Universidad de Palermo, Mario Bravo 1050, 6º piso, con entrada libre y gratuita. En septiembre estarán presentes: lunes 7: **Elena Roger** (1), lunes 14: **Guillermo Fernández** (2) y lunes 28: **Juan Gil Navarro** (3).



COMPLEJO TEATRAL DE BUENOS AIRES
Informes e inscripción:
consultasdc@palermo.edu.
Tel. 51994500 int. 1502,
1530 y 1570

Creatividad y estrategia en marketing promocional

Observatorio Temático organizado con Hugo Tejero y Asociados

10 de septiembre

[+ info pág. 3]



Creación y organización de momentos

Observatorio temático organizado con Sebastián Levy State of the Art Entertainment

2 de septiembre

[+ info pág. 2]



Talleres Open DC

Ciclo de 100 talleres libres y gratuitos, abiertos a la comunidad.

22 de septiembre al 5 de octubre

Inscripción: www.palermo.edu



La Facultad en Arte Si
Del 23 al 27 de septiembre de 12 a 20 hs.
Multiespacio Darwin, San Isidro.



Hermès en UP

Petit Journal de la Soie

Una experiencia con el sello Hermès para los estudiantes de las carreras de Producción de Modas y Diseño de Indumentaria DC-UP.

29 de septiembre

[+ info pág. 3]

PARA IR AGENDANDO • OCTUBRE 2009

- ▷ Observatorio temático: Propiedad intelectual
7 de octubre | 19 hs.
- ▷ Cervezas. Ciclo Rincón Gourmet 2009
8 de octubre | 18 hs.
- ▷ Feria de Vinculación Profesional
14 y 15 de octubre. II Edición
- ▷ 7º Jornadas de Planificación Estratégica de Medios
20 de octubre | 10 hs.
- ▷ 3º Jornada de Tendencias
22 de octubre | 10 hs.



DOSSIER 29 | Septiembre 09.

Profesores y alumnos en los talleres y actividades de los Open DC realizados en el primer cuatrimestre 2009 de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Estudiantes premiados Eventos Jóvenes 2009/1

[+ info pág. 6 y 7]



C. Briones, C. Cantenys, J. Quiroz, A. Vázquez (Centro de cosmética: estar bien depende de vos. Prof. Del Valle)

María Kodama en Diseño y Comunicación

Presentó la publicación sobre Borges editada por la Facultad

[+ info pág. 12]



Nuestra Otra forma de estudiar

14 de septiembre, 11 hs.

Somos estudiantes y egresados de todas las carreras de Diseño y Comunicación y te queremos contar cómo estudiamos en Palermo.

[+ info pág. 3]



Prohibida la reproducción total/o parcial de imágenes y textos.

Contenido visual y tendencias: Fotografía editorial y publicitaria

3º Jornadas de Fotografía

22 y 23 de septiembre, 9.45 hs. | Jean Jaurès 932, Auditorio



Sisso Chouela Fotografía SOL ABADI Canon Øchinozavalia

El 22 y 23 de septiembre se realizarán las 3º Jornadas de Fotografía en el Auditorio de la Universidad, Jean Jaurès 932.

El primer día será sobre fotografía editorial y contará con la presencia de **Nora Lezano** [Fotógrafa TDI, G7, Radar]; **Fernando Venegas** [Fotógrafo Para Ti, Elle, Ohlala]; **Joakin Fargas** [Fotógrafo 90+10]; **Malala Fontán** [Fotógrafa Elle, Clarín, Revista Susana]; **Jimena Nahon** [Directora Catalogue]; **Natasha Ygel** [Fotógrafa Catalogue];

Tomás Powell [Editor ejecutivo revista Barzón] y **Luis Güerri** [Editor revista Playboy].

El segundo día la temática será fotografía publicitaria donde estarán como invitados **Chino Zavalia, David Sisso, Rafael Delceggio, Sol Abadi, Julián Duboscq, Ezequiel Valdez, Teté Almeida** y **Raúl de Chapeaurouge**.

Del 9 al 28 de septiembre se realizará una muestra colectiva de los fotógrafos invitados y producciones de los medios gráficos.

Raúl de Chapeaurouge Photography FERNANDO VENEGAS photography tdi: veosv guía de exposiciones fotográficas EZEQUIEL VALDEZ - PHOTOGRAPHY

Creando espacios y medios de difusión para la historieta

8º Jornadas de Diseño de Historietas

15 de septiembre, 10 hs. | Mario Bravo 1050, Aula Magna

El martes 15 de septiembre se realizarán las 8º Jornadas de Diseño de Historietas en el Aula Magna de la Universidad, Mario Bravo 1050, 6º piso. Organizadas con El Museo de la Caricatura Severo Vaccaro y el Movimiento Cultural Banda Dibujada bajo el título **Creando espacios y me-**

dios de difusión para la historieta los temas de algunas charlas serán la crítica de historietas, los nuevos espacios de difusión y estrategias de prensa, sistema de distribución y comercialización del comic en Argentina y la importancia del humor gráfico en periódicos.



Creación y organización de momentos

Observatorio temático organizado con Sebastián Levy State of the Art Entertainment

2 de septiembre | Mario Bravo 1050, Aula Magna

Una mirada diferente de los eventos y la manera de llevarlos a cabo maximizando el potencial de los recursos con los que se cuenta.

Cómo aplicar el material técnico para generar sensaciones en diferentes estilos de eventos. Cómo presentar un evento social, un evento corporativo y un evento turístico teniendo en cuenta sus particularidades.

Cuáles son los errores más comunes que se comenten en eventos.

Sobre el arte genera eventos disertarán reconocidos profesionales que presentarán sus proyectos y compartirán la experiencia sobre cómo los llevan adelante.

- 9.45 **Acreditación**
- 10.00 **Apertura**
- 10.05 **Organizador de eventos... Diseñador de momentos**
Sebastián Levy. Director de Sebastián Levy State of the Art Entertainment
- 11.30 **Arte Si: Supermercado de Arte**
Ana Spinetto y Julia Aleman.
Organizadores
- 12.00 **Fase 1: Eventos culturales y nuevos soportes artísticos**
Patricia Moreira y Marcela Andino.
Directoras de Soporte
- 12.30 **Espacio para realizar preguntas a los disertantes**



Actividades libres y gratuitas. Requiere inscripción previa. Tel 5199 4500 int 1502, 1530, 1570 / consultasdc@palermo.edu

Miradas sobre la escena

5 días de teatro y espectáculo. 8º Jornadas

Del 7 al 11 de septiembre | Jean Jaurès 932, Auditorio

Lunes 7 de septiembre

Experiencia, conocimiento y enseñanza: Maestros del oficio teatral

- 13.30 Lorenzo Quinteros
 - 14.15 María Fiorentino
 - 15.15 María Onetto
 - 16.00 Alicia Zanca
- Organizadora: Emilce Puyada

- 16.40 Grupo Alma Cia. Danza integradora: Susana González Gonz
- Organizadora: Michelle Wejcman

Martes 8 de septiembre

La mirada profunda. Crítica y periodismo de espectáculos

- 13.30 La mirada femenina en el mundo del espectáculo. Fernanda Iglesias.
 - 14.15 Aprender a mirar. Osvaldo Quiroga
 - 15.00 Break
 - 15.15 Mutos x el foro. Revista teatral. Misael Scher
 - 16.00 El ojo crítico. Ernesto Schoo.
- Organizadora: Alejandra Gargiulo

Jueves 10 de septiembre

El teatro infantil: recreo para crear

- 14.00 Escribir para el teatro infantil. Ana Alvarado
 - 14.50 El actor en el teatro infantil. Florencia Steinhardt (Directora Grupo Caracachumba) y Marina Sauber (Pedagoga Musical)
 - 15.40 Break
 - 16.00 El espectáculo infantil para todo la familia Héctor Presa
 - 16.50 De la tele al teatro. Laura Franco (Panam)
- Organizadora: Julia Camejo

Viernes 11 de septiembre

Arte y asombro: La importancia del factor sorpresa en el espectáculo

- 13.45 El factor sorpresa en la puesta en escena: Ruptura, creación e impacto. Carlos Palacios.
 - 14.30 Las tecnologías teatrales en función de la sorpresa. Mauricio Rinaldi.
 - 15.15 La construcción de la ilusión. Magia y asombro: ¿El arte del engaño? Mago Juan David Álvarez.
 - 16.00 Los efectos y su sorpresa creativa. Eugenia Mosteiro
- Organizadora: Natalia Pezzi

Miércoles 9 de septiembre

Arte y Discapacidad

- 14.00 Fundación Artistas Discapacitados: Paula Rubinsztein y Marcela Ego
- 14.30 Banda Sinfónica de Ciegos: Raúl Luis Barrera
- 15.00 Fundación DISCAR: Victoria Shocrón. Película Anita: Inés Vera
- 15.40 Break
- 16.00 Centro Argentino de Teatro Ciego: Martín Bondone y Carlos R. Cabrera

Actividad gratuita con cupo limitado. Dirigida a estudiantes de la Universidad de Palermo y a jóvenes profesionales del teatro y del espectáculo. Inscripción: consultasdc@palermo.edu. Coordinación Académica. Andrea Pontoriero



Escena Creativa. 10º edición

17, 18, 30 septiembre y 7 de octubre de 11.30 a 13.30 | Jean Jaurès 932, Auditorio



La actuación como profesión

- 17 septiembre: Enrique Pinti, actor [1]
- 18 septiembre: Marilú Marini, actriz [2]

Dedicarse a la actuación requiere entrenarse en varias disciplinas, recorrer distintos caminos desde lo individual, lo grupal, lo social y por sobre todo proponerse una formación permanente en las experiencias humanas. Estos recorridos son múltiples y hay tantos como actores y actrices. A estos trayectos individuales se suman las distintas exigencias de los medios en donde se desarrollan las actividades artísticas, los circuitos teatrales, cinematográficos, televisivos implican modos diferentes de concebir la actuación y la profesión. Desde su reconocida trayectoria, Enrique Pinti, abrirá el ciclo el jueves 17 abarcando algunas de estas cuestiones, mientras que desde su recorrido como actriz tanto a nivel nacional como internacional, Marilú Marini aportará su visión personal en un segundo encuentro, el 18 de septiembre.

Escena y nuevas tecnologías

- 30 de septiembre: Federico León, Director [3]
- 7 de octubre: José María Paolantonio, Director [4] - Héctor Calmet, Escenógrafo, Director de Arte [5]

En el sistema teatral actual, las tecnologías se han incorporado a la escena ampliando la gama de posibilidades en el aspecto visual del espectáculo, al mismo tiempo que modifican el concepto total de puesta al incorporar la virtualidad audiovisual al aquí y ahora del hecho teatral. En un primer encuentro, el 30 de septiembre, Federico León junto a su equipo creativo, se propone trabajar la dialéctica que se impone entre la organicidad marcada por la presencia actoral y su fusión con técnicas cinematográficas, tomando como caso testigo el montaje de Yo en el futuro (CTBA: 2009). En un segundo encuentro, el 7 de octubre, José María Paolantonio y Héctor Calmet, abordarán la utilización de las técnicas audiovisuales en la puesta de Titulares (CTBA: 2009).



Actividad gratuita con inscripción previa. Se debe enviar, vía e-mail a consultasdc@palermo.edu, CV (relacionado a actividades artísticas) Informes: 5199-4500 int. 1530 / 1514 / 1502. Cupos limitados.

Comunicación interna: Estrategia y gestión en contexto de crisis

Observatorio temático organizado con la Asociación Argentina de Comunicación Interna (AAdeCI)

17 de septiembre | Mario Bravo 1050, Aula Magna



18.30 Acreditación

18.45 Apertura

Andrea Lojo, Vicepresidente de AAdeCI

19.00 Resultados Investigación sobre Comunicación Interna

Presentación resultados investigación: El rol de la Comunicación Interna en las organizaciones en época de crisis
Alejandro Formanchuk, Presidente de AAdeCI y Director de Formanchuk & Asociados
Virginia Marega Maggio, Responsable de Comunicación Interna en GS1 Argentina

19.40 Comunicación Interna y Crisis

Presentación de casos: Estrategias de Comunicación Interna en escenarios de

crisis: ¿cómo comunican las organizaciones?

Lorena Molfino, Jefa de Comunicación Interna y Ambiente Organizacional de TELMEX.

Natalia Gutenmajer, Analista de Clima Organizacional, Petrobras.

20.20 Comunicación Interna y nuevos medios

Presentación de casos: Los medios que mejor se sostienen en esta coyuntura: Web 2.0 y medios audiovisuales.
Gonzalo Montemurro, Responsable de Comunicación Corporativa y Asuntos Públicos de Medanito S.A.
Ariel Gurmandi, Gerente de Comunicación de Soluciones S.A.

21.00 Cierre

Creatividad y estrategia en marketing promocional

Observatorio temático organizado con Hugo Tejero y Asociados

10 de septiembre | Mario Bravo 1050, Aula Magna

Hugo Tejero y Asociados
Contadores Públicos
a member of KS International



10.00 Apertura a cargo de Hugo Tejero y asociados

10.15 Shopper Marketing. Creando un diálogo con los compradores

Fernando Chapa Achával, Director General Creativo BTL & SM. Grey / G2

11.00 Herramientas del Marketing promocional

Tito Loizeau, Presidente de Promored

11.45 BTL 2.0: La lección del aprendizaje de brujo

Martín Guerra, Presidente de Vulgaria

12.30 Sports Marketing

Diego Echandi, Presidente de Smash BTL

Actividad libre y gratuita. Requiere inscripción previa. Tel 5199 4500 int 1502, 1530, 1570 / consultasdc@palermo.edu

LABORATORIO DE ESTILISMO

Petit Journal de la Soie

Una experiencia con el sello Hermès para los estudiantes de las carreras de Producción de Modas y Diseño Indumentaria DC-UP



El 29 de septiembre se presentará en la sede Jean Jaurès el **Petit Journal de la Soie** editado por Hermès. Se trata de un desplegable que evidencia ejercicios estilísticos alrededor de un tema mítico para la *maison*: la seda. En todo el mundo, a lo largo de seis meses, un display con los productos *signée* Hermès estarán exhibidos con la intención de favorecer la experimentación y el placer sensorial.

Ana Torrejón, Directora de Comunicación Hermès Argentina, explicará el universo de la marca y el arte para interpretar creaciones en seda natural. A posteriori, en un estudio fotográfico, quienes lo deseen podrán hacer ejercicios de

estilismo colocando sobre sí o sobre algún modelo, diferentes pañuelos. Estas propuestas serán fotografiadas y éstas fotografías obsequiadas a cada participante.

Qué busca Hermès con éste tipo de operaciones culturales?. Acercar su acervo histórico cultural y hacerlo tangible abriendo sus productos y sus historias a los jóvenes, los que con su actitud y estilo crean la moda de cada día.

Actividad libre y gratuita exclusiva para estudiantes de Producción de Modas y Diseño Indumentaria de la Universidad de Palermo. Requiere inscripción previa. Tel 5199 4500 int 1502, 1530, 1570 / consultasdc@palermo.edu

Catering temático: Diferentes formas y estilos de presentar un evento

Rincón Gourmet organizado con Sebastián Levy State of the Art Entertainment

17 de septiembre | Jean Jaurès 932, Auditorio



FAMILIA ZUCCARDI
CULTO POR EL VINO



Como emplear una propuesta gastronómica para generar momentos, una mirada diferente a la hora de proponer el menú.

Entender el rol de una propuesta gastronómica dentro de la totalidad de un evento y como usarla en pos de los objetivos, requerimientos y presupuestos del mismo.

El rol del organizador en cada paso del desarrollo del evento, su función antes, durante y después del evento.

18.00 Acreditación

18.20 La mirada global del organizador de eventos para garantizar el logro de los objetivos

Sebastián Levy, CEO de Sebastián Levy State of the Art Entertainment.

19.00 Comienzos del servicio de catering en nuestro país, cambios y nuevos usos

Carlos Schuster, dueño de Schuster Catering.

19.35 El toque creativo a la hora de presentar platos y tragos en eventos sociales y corporativos

Gabriela Bertagni, dueña de Gabriela Bertagni Catering.

20.00 Degustación a cargo de Empresas participantes y Bodega Familia Zuccardi

Actividad libre y gratuita. Requiere inscripción previa. Tel 5199 4500 int 1502, 1530, 1570 / consultasdc@palermo.edu

Alta costura y diseño de autor

Fashion Lab organizado con la revista Watt



23, 30 de septiembre y 7 de octubre, 14 hs. | Larrea 1079, Auditorio

La excelencia en la confección, la magia de lo único e irrepetible, la fantasía y lo exclusivo se combinan para crear el misticismo de la alta costura. Los grandes eventos de la vida se visten de alta costura y plantean un desafío a los diseñadores que crean una imagen que debe trascender lo cotidiano para hacer emerger el campo de lo mítico. En estos workshops se realizarán tres acercamientos diferentes al universo de la alta costura y el diseño de autor.

Informes e inscripción: consultasdc@palermo.edu 5199-4500 int. 1530 / 1502 / 1570. Talleres gratuitos. Cupos limitados

1. Morfología Sastrería y Diseño de autor.
Vicki Otero. 23 de septiembre

2. Alta costura y diseño de autor
Fabián Zitta (Zitta Costura) 30 de septiembre

3. Noche, Cocktail y Diseño de autor
Evangelina Bomparola. Miércoles 7 de octubre

Nuestra Otra forma de estudiar

14 de septiembre, 11 hs. | Jean Jaurès 932. Libre y gratuito

¿Quiénes somos?

Somos estudiantes y egresados de todas las carreras de Diseño y Comunicación y te queremos contar cómo estudiamos en Palermo.

Te vamos a transmitir en forma directa y personal nuestra propia experiencia. Cómo son las clases y los profesores, cómo son los trabajos prácticos y los finales, qué aprendemos en cada materia y cómo desarrollamos nuestra creatividad y nuestra pasión expresiva.

Vas a descubrir por qué nuestra Facultad es diferente.

Nos podés hacer todas las preguntas que quieras. Te vamos a mostrar los trabajos que hacemos en cada carrera, desde los primeros ejercicios, que queremos olvidar, hasta los últimos proyectos que nos enorgullecen.

Cada uno de nosotros te va a contar cómo fue su proceso de elección de la carrera universitaria y por qué eligió estudiar en Palermo.

Diseño y Comunicación no es una Facultad para todos, pero puede ser para vos.

Venimos de colegios, ciudades y hasta países diferentes. Cada uno de nosotros tiene su historia y sus proyectos. Cursamos distintas carreras y tenemos múltiples experiencias que te van a servir.

Nos une un estilo que queremos compartir con vos.



Informes e inscripción: otraformadeestudiar@palermo.edu. Tel. 5199 4500 int. 4516/1502

“A un productor le diría que se tire a la piletta”

Expresó Lino Patalano, dueño del teatro Maipo, en la Facultad de Diseño y Comunicación

Del 13 al 17 de abril se realizaron en la Facultad de Diseño y Comunicación 5 días de teatro y espectáculos, un espacio donde se reflexiona sobre la creación, el proceso y las problemáticas de las prácticas escénicas con la presencia de personalidades del quehacer artístico. Cada día se desarrolla una temática distinta, organizada por estudiantes de la Licenciatura en Diseño y Espectáculos y Dirección Teatral.



Lino Patalano en la Facultad de Diseño y Comunicación >

“El actor se hace arriba del escenario, experimentando. El escenario es el campo de batalla”

Expresó la actriz Jorgelina Auzzi

El 13 de abril la temática fue “El actor frente a una interpretación: procesos de creación II”, organizada por **Emilce Puyada**, estudiante de Dirección Teatral.

La apertura estuvo a cargo de **Héctor Calmet**, Director Escenotécnico del Complejo Teatral de Buenos Aires. Luego el actor y director **Mauricio Dayub** dio una charla sobre su obra El Batacazo y otras creaciones. Comenzó contando acerca de sus primeros pasos actorales: “Yo estudié para actor, no para escribir ni dirigir, eso fue algo que surgió solo. Me formé trabajando en el interior, en teatro independiente. Esa formación es un pilar que sostiene mis diferentes actividades”. Sobre su experiencia de director comentó: “Dirigir y actuar al mismo tiempo me produjo mucha impaciencia. Fue una experiencia compleja”.

Finalmente, reflexionó sobre el momento del estreno: “Uno nunca tiene la sensación de llegar bien al estreno porque no se llega a lo que se busca hasta la función número veinte o treinta. El verdadero significado se lo da la forma que tiene el público de seguirte, su manera de reaccionar. Esto no quiere decir que uno haga lo que el público quiera, sino que necesita de él para lograr lo que en un primer momento buscaba”.

A continuación, la actriz **Jorgelina Auzzi** dio una charla sobre la actuación multifacética: “De todos los maestros que tuve siempre saqué algo bueno. Siento que como más aprendí fue haciendo. El actor se hace arriba del escenario, experimentando. El escenario es el campo de batalla”. Agregó luego que está todo el tiempo incorporando nuevos elementos factibles de ser puestos en escena: “Mi inspiración es la vida real. Hay que estar atento a lo que pide el guión y ver dónde lo podés encontrar”.

Luego comentó que la mayor diferencia entre la televisión y el teatro radica en que son diferentes trabajos, uno es espontáneo y el otro minucioso: “Lo que tiene la televisión es que trabaja más con

los pequeños gestos, mientras en el teatro hay una corporalidad más general y cierta exageración”.

Como cierre del primer día, el actor **Mario Pasik** habló acerca de la interpretación y los diversos géneros: “Si estás haciendo una obra que no te gusta, es una cárcel. Hay algunos actores que la constancia les parece eso, a mí no me pasa. Me interesa ir elaborando en la repetición, donde sentís que todo funciona”. Sobre su manera de elegir dónde trabajar: “Hoy necesito que la propuesta me agarre de las solapas, al menos por algún lado, desde la puesta, el personaje o la trama. Trato de seguir estando atento a lo que pueda sonar como un desafío. Intento hacer personajes diversos, encontrar distintas esencias, algo que me enriquezca”.

“Un escenario oficial es el lugar para poder hablar de los problemas sociales”

Comentó Kive Staiff, director del Complejo Teatral de Buenos Aires

El tema del segundo día fue “Circuitos teatrales de Buenos Aires. De Corrientes al off”, organizado por **Alejandra Gargiulo**, estudiante de la carrera Dirección Teatral.

La primera charla fue sobre el teatro público, a cargo de **Kive Staiff**, director del Complejo Teatral de Buenos Aires: “Un escenario oficial es el lugar para poder hablar de los problemas sociales”. Diferenció al teatro público de otros tipos de teatro: “El comercial tiene por objetivo ganar dinero, es un negocio como cualquier otro. Hay empresarios que son más sensibles y tienen cierto gusto estético, otros no. Sus entradas son relativamente más caras, lo que impide a cierto público acceder a ellas. El teatro alternativo es, efectivamente, una alternativa”.

A su vez agregó: “Yo soy de los que piensan que no debemos permitirnos la neutralidad. Nosotros tratamos al escenario como aquel lugar en que ciertos temas tienen que tratarse”.

Luego, **Carlos Rottemberg**, director del Multiteatro, habló sobre el teatro comercial: “El contenido de la programación es tan importante como el

beneficio económico que se obtiene. La elección de las obras, tanto como la de los directores y actores mantiene una ética determinada. Valorizo y respeto tanto al teatro público como al alternativo, ya que de este último provienen la mayoría de los actores que pueden ser elenco de alguna producción comercial, son el semillero”.

Como conclusión, agregó: “En esta actividad, además de saber manejar el libro del teatro, hay que saber manejar el libro del banco, ya que no deja de ser una empresa”.

A continuación, el dueño del teatro El Portón de Sánchez, **Roberto Castro**, habló acerca de su experiencia: “Cuando abrí el Portón de Sánchez en el 99 sólo había cuatro teatros en Almagro, hoy hay 20”.

Acerca de la selección de obras, comentó: “Hay veces que elijo las obras por sus actores y su trayectoria. Hay muchos otros que se presentan que no conozco y evalúo su carpeta y material. No opino sobre las obras, prefiero quedarme guardármelo. Si el director o grupo lo está llevando adelante es porque para ellos funciona”.

Y sobre el teatro independiente, dijo: “Hay que saber que ni la sala ni el grupo van a ganar plata. Aunque sea un éxito y se llene todos los días, ya que el techo es mucho más bajo que en el teatro comercial, la capacidad de sala es chica”.

Como cierre del día, **Lino Patalano**, el dueño del teatro Maipo, habló sobre el rol del productor teatral y su opinión sobre la actualidad del teatro: “Es mentira que el teatro del San Martín sea culto y el teatro de revista no, todo hace a la cultura”. Y sobre el funcionamiento de un teatro, explicó: “Creo que tener un teatro es muy complicado porque hay momentos en que la gente deja de venir. No es una ciencia exacta, a veces funciona y otras no. Es necesario un cambio generacional para transformarlo y mejorar cada día las modalidades de la gestión teatral”.

Y por último recomendó: “A un productor le diría que se tire a la piletta y que le haga creer al empresario que es el mejor”.

“¿El teatro es un acto de exhibición o de comunicación? Para nosotros las dos cosas”

Opinó Adhemar Bianchi del teatro Grupos Comunitarios

El miércoles el tema convocante fue “El teatro social”. El ciclo estuvo organizado por la estudiante de la carrera Dirección Teatral, **Emilia Escari Pazos**.

La primera presentación estuvo a cargo de **Eugenia Levin**, de la Comisión Fundadora de Teatro por la Identidad: “Varios de los nietos encontrados en estos años nos dicen que se enteraron por algo que vieron y descubrieron a partir de Teatro por la Identidad. Ahora debo reconocer que con televisión por la identidad se ha elevado el nivel de audiencia. Es así como comenzamos haciendo un ciclo y terminamos convirtiéndolo, sin habérselo propuesto al principio, en uno de los referentes del teatro colectivo del país. Teatro por la Identidad se fue expandiendo de tal manera, que no sólo empieza a surgir en distintos lugares de nuestro país, sino también en España”.

Y agregó: “El año que viene cumplimos diez años y queremos seguir hasta que aparezca el último nieto. No tenemos subsidios y sin embargo cuando empieza hay elencos ensayando y auto-gestionándose para estrenar. Los productores en un principio creyeron que el fenómeno de público que acudía los días lunes estaba relacionado con que no se cobraba entrada, luego se dieron cuenta de que era por otro fenómeno que hace a la búsqueda de la identidad”.

Luego, **Adhemar Bianchi** del teatro Grupos Comunitarios, comentó: “El teatro siempre ha estado en la comunidad, cruzado por los tiempos en que vive. En particular, este teatro intenta recuperar la memoria del territorio, del lugar en el que vivimos. Creo que el barrio como lugar de vida es lo que transformamos en hecho artístico”. Y luego dijo: “El teatro comunitario es una forma de organización colectiva, es una manera de cambiar ciertas cosas e incentivar los vínculos. ¿El teatro es un acto de exhibición o de comunicación? Para nosotros las dos cosas.”

Como cierre de la jornada, la compañía **El infierno de los vivos** presentó su obra ¿Qué onda con Borges? que trabaja sobre las técnicas del Teatro Foro de Augusto Boal y Paulo Freire. El objetivo fundamental de este teatro es intentar una nueva mirada sobre la realidad, intentando modificarla: “Pensamos que el teatro social tiene que poner en juego la intersubjetividad. El Teatro Foro activa la conciencia ciudadana. Esta es nuestra primera obra, cuyos ejes temáticos son la violencia y la discriminación en el ámbito escolar. El Infierno de los Vivos es una compañía independiente de teatro que desarrolla como acción sistemática la producción, investigación y puesta en escena de obras artísticas inspiradas en la metodología del Teatro del Oprimido”. Y agregaron: “Tomando diversas problemáticas de nuestra sociedad po-



Vanessa Show



Eugenia Levin



Gabriela Ricardes



Rolo Picotto

5 DÍAS DE TEATRO Y ESPECTÁCULO



Carlos Rottemberg



Kive Staiff



Jorgelina Aruzzi



Mario Pasik

nemos en escena una obra cuyo conflicto expone relaciones que manifiestan formas de opresión. A partir de ello se le ofrece al público discutir, proponer y ensayar libremente variantes, estrategias, formas nuevas y creativas de liberar ese mundo problemático”.

“Para bailar hace falta mucha pasión”

Expresó la bailarina Laura Fidalgo

Durante el cuarto día de la Jornada se presentó el tema “Revista: brillo y plumas. ¿Sátira política o superficialidad actual?”, organizado por **Julia Camejo**, estudiante de Diseño de Espectáculo. La artista y vedette, **Vanessa Show** habló sobre el teatro de revista: “En la revista es necesario que haya un acuerdo entre el director, el coreógrafo, el escenógrafo, la vestuarista y la primera figura”. Sin olvidar la historia de la revista porteña, destacó el rol de la vedette, como primera figura, recordando a Nélica Lobato y Nélica Roca: “Con su presencia en el escenario lograban dejar boquiabiertos a todo el público. En el pasado estaba prohibido tocar al público con la mano, por eso se utilizaban las plumas, llamadas alargadores, servían para poder tener contacto con la gente”.

Luego, la bailarina **Laura Fidalgo** habló sobre el rol de la vedette: “Para bailar hace falta mucha pasión, hay que tener más que talento”. Comenzó su charla recordando sus primeros pasos como bailarina clásica, concurriendo con gran esfuerzo y sacrificio a audiciones en diferentes teatros. Sobre los altibajos de la profesión y cómo mantener el rumbo, dijo: “Creo que todo se puede, hay que tener voluntad y tenacidad. Hay que poner la propia patente en lo que hacemos, mostrar, no imitar, hay que ser auténtico y único”.

La siguiente conferencia la dio el actor y humorista, **Miguel Angel Cherutti**: “Las mejores revistas estaban en la calle Corrientes, se hacían catorce funciones semanales, había matiné y noche hasta la una de la madrugada. Eran circunstancias propias de otro país con otra cultura artística, era más fuerte lo que pasaba en el teatro que en la televisión. Se trataba de hacer cosas diferentes, por eso cuando Alejandro Romay nos propuso a Nito Artaza y a mí, hacer un programa diario del género en televisión, dijimos que no, para no mezclar lo que hacíamos en el teatro”. Por último: “En el género de revista tenés al capo cómico, a la vedette que le da estética y equilibrio, a un grupo de baile y un cantante. Es un circuito netamente comercial, la clave es que el público la pase bien, esa es la diferencia que hay con otros géneros”.

A continuación, el escenógrafo **Daniel Feijoo** dio una charla acerca del espacio escénico en la revista: “La ópera, la comedia musical y la revista son géneros complejos para el escenógrafo porque hay gran movimiento, es muy dinámico”. “En una primera instancia la estética es fundamental a la hora del diseño escenográfico para hacer una buena presentación”. Y sobre la forma de trabajo: “De la obra se extrae el eje, el tema fundamental, se realizan charlas con el director, se escuchan sus ideas y el escenógrafo hace sus aportes, luego se suma el coreógrafo con sus necesidades”. Sobre los plazos dijo: “Los tiempos de producción de la escenografía son un mes y luego 15 días para la realización, 15 días de montaje y 10 de ensayos generales. Anteriormente se necesita un mes para la realización de los planos y de la maqueta”.

Como cierre del día, **Vilma Ferrari**, coordinadora y asesora teatral del Maipo y la vedette **Amparito Castro**, hablaron sobre el teatro de revista porteño y el Maipo. “Es la técnica la que puede hacer que una primera figura sea una profesional”, comenzó diciendo Amparito Castro. Sobre el momento anterior a salir a escena contó: “Los camarines son sagrados, nadie baja salvo que sea invitado y si esto sucede tiene una gran importancia. Antes de salir a escena es todo un ritual, se llega dos horas antes o más para mentalizarse y se hacen todas las cábalas que puedan existir. Eso se repite en todas las funciones. Luego en el escenario, una vez arriba, te transformas”. Vilma Ferrari comentó: “El teatro Maipo es para el actor un lugar donde se siente cercano al público, por su pasarela y por la boca del escenario, resulta maravilloso”. Amparito agregó: “Uno habla con el alma cuando se refiere al Maipo, porque la ha dejado ahí”.

“La magia y el espíritu suceden en cualquier lado”

Expresó Gabriela Ricardes, fundadora del Coreto

El último día el tema fue “Había una vez... El extraordinario universo del circo”, organizado por **Natalia Pezzi**, estudiante de la Facultad en la carrera de Dirección Teatral. La primera charla la dio **Jorge Videla**, fundador de la escuela Circo Criollo: “Este tema es mi vida y mi pasión. El Circo Criollo es donde nací, al igual que mi padre y mi abuelo. El actor era además músico, trapecista, payaso y bailarín, tenía que dominar muchas técnicas”, comenzó contando. Sobre la formación dijo: “Tener un artista polivalente es nuestra idea, un artista argentino, no perder

nuestra identidad nacional. Tenemos un nivel de acróbatas que no tiene nada que envidiarle a los rusos”. Sobre el significado del circo comentó: “El Circo Criollo llevaba la moda a los pueblos, el teatro, en cambio, no llegaba a esos lugares. El circo hacía cultura en los pueblos”. **Roque Niklison**, de la escuela Circo Criollo, agregó: “El payaso se desarrolla como artista y de tanto estar frente al público deviene en payaso, eso lo hace diferente al que viene de una escuela y que cuando termina de estudiar le regalan una nariz roja. El payaso brota de años de escena”.

Luego, el actor y clown, **Rolo Picotto** habló sobre su especialidad: “Lo que nos hace reír es lo más sencillo pero hacer que una rutina sea efectiva es un trabajo bastante arduo”. Sobre el rol del clown: “Ocupa el lugar del dueño de la pista y sabe que la cosa debe funcionar de determinada manera. El payaso, en cambio, se identifica más con el público. Su objetivo es hacer que los demás se rían. Tanto el clown como el payaso requieren de una gran exposición”.

La siguiente conferencia la dio **Gabriela Ricardes**, fundadora del Coreto: “Creo que la polivalencia del artista es media mentirosa, siempre hay una especialidad. Es muy difícil ser bueno en todo y sería muy pretencioso formar a un excelente malabarista y acróbata. Hay cosas innatas y otras adquiridas que lo componen”. Sobre la actualidad del circo opinó: “Es un momento muy rico para aunar los esfuerzos, Buenos Aires tiene muchos estudiantes que quieren ser profesionales. Es una ciudad de gran tradición. El espectáculo de circo bajó mucho su nivel artístico. Antes era el espectáculo popular por excelencia y la carpa el lugar más inclusivo. La única manera de transmitir lo que significa es por ósmosis. La magia y el espíritu suceden en cualquier lado”.

Como cierre, representantes del Centro Cultural Trivenchi, **Roque Lizondo** y **Manuel González**, contaron acerca de su funcionamiento: “Trivenchi funciona desde hace ocho años como un circo. Fue creado por un grupo que no podía pagar los cursos, por eso decidimos ocupar un espacio que hace 15 años que estaba desocupado. Empezé como un circo y después se implementaron los talleres. Creemos que desarrollamos un papel importante dentro de lo social”.



Adhemar Bianchi



Roberto Castro



Miguel Angel Cherutti



Mauricio Dayub



Daniel Feijoo



Vilma Ferrari (izq.) y Amparito Castro



Laura Fidalgo



Roque Lizondo y Manuel González



Jorge Videla

Premiados Eventos Jóvenes

Ciclo de microproyectos organizados por estudiantes de Organización de Eventos, Relaciones Públicas y otras carreras de la Facultad de Diseño y Comunicación

Entrega de premios
Eventos Jóvenes 2009_1

22 de septiembre, 18 hs. Aula Magna



Premiados (ordenados alfabéticamente por cátedra). **Adriana Bruno: "24 horas en bebidas"**. María Fernanda Abad, Rosana Altamira, Lucía Barese, Lucía Belian, Elsa Deras Henriquez, Ignacio Falasconi Rancaño, Alexis Le Bourgeois, Maritza López Malone, Mariela Malizia, Johanna Marchese-Ragona, Ana Podesta Mastrolilli, Ignacio Propato, Angelo Andree Puente Espinel, María Belén Queirolo, Facundo Ruiz y Aldana Valussi (Organización de Eventos 3) • **Silvia Ces: "Quesoteca & jazz"**. Selene Caira, Manuela Ramos y María Laura Romano (Organización de Eventos 1) (01 y 02). **"Aromas de oriente"**. María Victoria Bonetto, Maral Cacur, Melina Cerra, Noelia La Manna, Julia Larice Gutlein, Marwa Mahanna y Juan José

Pennacchio (Organización de Eventos 1) (03). **"El mundo en una taza de té"**. Laura Kamin, Natalia Lanza Cianchi, María Carolina Sarmiento, Melanie Souto y Romina Virginillo (Organización de Eventos 1) (04 y 05). **"La Blanqueada"**. Rodrigo Avila, Francisco Cervo, Mariano De Antoni, Dante Ferracini, Lucas Hubscher, María Fernanda Jimenez Vasconez y Jessica Melgar Castedo (Organización de Eventos 1) (06) • **Dan Colter: "Como organizar un evento en tiempo record y con la felicitación de tu jefe"**. María Beguy, María Paula Burtin, Daiana Gonzalez, Mauricio Martínez y Ana Podesta Mastrolilli (Organización de Eventos 4) (07) • **Alejandra Cordes: "Relajación y armonía: ceremonia del té"**. Florencia Dopazo, María

Agustina González, Nadina Montani y Daiana Ruggeri (Organización de Eventos 3) (08). **"Arte cervecero: 1º Exposición de Cerveza Artesanal Argentina"**. Verónica Cardella, Carolina Dilber, Natalia Kaltman, Carla Pistan, Roxana Romero y Christian Zubimendi Della Mea (Organización de Eventos 3) (09 y 10) • **Alicia Del Carril: "Le bon goût"**. María Macarena Acosta, Rocío Freire, María Pilar González Prieto, Julieta Lami Dozo, Julieta Peña y Magali Wysypka (Organización de Eventos 1) (11 y 12). **"Presentación de Che - Guey"**. Mercedes Abelleira Iglesias, Ornela De Vitis, Ana Pérez Rosiles, Amelia Quintana y María Clara Salerni López (Organización de Eventos 1) (13 y 14) • **Diego Del Valle: "Centro de cosmética: estar bien**

depende de vos". Catalina Briones, Cecilia Cantenys, Jéscica Quiroz, Adriana Vázquez (Organización de Eventos 1) (15 y 16). **"Voy por más y más..."**. Guillermina Casella, Mariluz Fernández Velazquez y María Agustina López (Organización de Eventos 1) (17 y 18) • **Florencia Duggan: "Otro tiempo"**. María Natalia Andrade, Lautaro Arias Solari y Gabriela Távora Estela (Organización de Eventos 2) (19 y 20). 2º premio **"Cort - Arte"**. Nicolás De La Cruz, Alexis Le Bourgeois, Maritza López Malone, Carlos Paez Reinoso y Romina Soria (Organización de Eventos 2) (21 y 22) • **Mariano Iovine: "Run Way Andrómeda"**. Glenda Busch, Danila Cachiarelli, Clara De Anchorena, Mariana Navarro y Natalia Paredes (Taller de Comunicación 2) (23)

PREMIADOS CICLO DE EVENTOS JÓVENES 2009_1



21



22



23



24



25



26



27



28



29



30



31



32



33



34



35



36



37

Entrega de premios en septiembre
Moda en Palermo junio 2009

 9 de septiembre, 18 hs. Aula Magna
(Trabajos premiados se publicarán en DC octubre 09)

Proyectos Jóvenes

16 de septiembre, 18 hs. Aula Magna

48 TALLERES COMPUTACIÓN GRÁFICA
 A partir del 22 de septiembre

3D Max 2

Martes 14 a 17.15 hs: Prof. Leonardo Parise (Of. 3578)

Action Script 2

Lunes 18.45 a 20.15 hs: Prof. Paola Fraticola (Of. 3592); 20.30 a 22 hs: Prof. Paola Fraticola (Of. 3593) y 14 a 15.30 hs: Prof. Sergio Bosco (Of. 3582)

After Effects 2

Lunes 15.45 a 17.15 hs: Prof. Sergio Bosco (Of. 3583). Miércoles 20.30 a 22 hs: Prof. German Sanchez (Of. 3590)

ArchiCAD 2

Miércoles 18.45 a 22 hs: Prof. Maria Cabral (Of. 3584)

AutoCAD 2

Lunes 18.45 a 22 hs: Prof. Antonio Tecchia (Of. 3586). Miércoles 14 a 17.15 hs: Prof. Rocio Rojo (Of. 3591)

AutoCAD 3D 2

Jueves 8 a 11.15 hs: Prof. Antonio Tecchia (Of. 3585)

Corel 2

Jueves 14 a 15.30 hs: Prof. Virginia Caetano (Of. 3595) y 15.45 a 17.15 hs: Prof. Virginia Caetano (Of. 3596)

Dreamweaver 1

Jueves 20.30 a 22 hs: Prof. Mauricio Carballo (Of. 3598)

Dreamweaver 2

Lunes 8 a 9.30 hs: Prof. Emiliano Dorignac (Of. 3568). Martes 15.45 a 17.15 hs: Prof. Gabriel Villafines (Of. 3569). Miércoles 8 a 9.30 hs: Prof. Jorgelina Vicente (Of. 3570), 15.45 a 17.15 hs: Prof. Miguel Angeleri (Of. 3571). Viernes 20.30 a 22 hs: Prof. Paola Fraticola (Of. 3572)

Flash 2

Lunes 9.45 a 11.15 hs: Prof. Emiliano Dorignac (Of. 3581) y 15.45 a 17.15 hs: Prof. Diana Fernandez (Of. 3580). Martes 14 a 15.30 hs: Prof. Gabriel Villafines (Of. 3579) y 18.45 a 20.15 hs: Prof. Julian Dubosq (Of. 3577). Miércoles 14 a 15.30 hs: Prof. Miguel Angeleri (Of. 3576). Viernes 18.45 a 20.15 hs: Prof. Paola Fraticola (Of. 3575)

Illustrator 2

Lunes 8 a 9.30 hs: Prof. Graciela Reyes (Of. 3550). Miércoles 14 a 15.30 hs: Prof. Gabriela Feldman (Of. 3551); 15.45 a 17.15 hs: Prof. Gabriela Feldman (Of. 3552) y 18.45 a 20.15 hs: Prof. Paula Caia Zotes (Of. 3553). Jueves 9.45 a 11.15 hs: Prof. Jorgelina Vicente (Of. 3554). Viernes 14 a 15.30 hs: Prof. Elsa Silveira (Of. 3555)

In Design 2

Martes 14 a 15.30 hs. (Of. 3566) y 15.45 a 17.15 hs: Prof. Guido V. Coletta (Of. 3567). Viernes 15.45 a 17.15 hs: Prof. Elsa Silveira (Of. 3565)

Lince 1

Jueves 14 a 17.15 hs: Prof. a confirmar (Of. 3594)

Photoshop 1

Jueves 18.45 a 20.15 hs: Prof. Mauricio Carballo (Of. 3597)

Photoshop 2

Lunes 9.45 a 11.15 hs: Prof. Graciela Reyes (Of. 3556) y 14 a 15.30 hs: Prof. Diana Fernandez (Of. 3557). Martes 8 a 9.30 hs: Prof. Diego Wolfson (Of. 3559); 9.45 a 11.15 hs: Prof. Diego Wolfson (Of. 3560) y Martes 20.30 a 22 hs: Prof. Julián Dubosq (Of. 3561). Miércoles 9.45 a 11.15 hs: Prof. Jorgelina Vicente (Of. 3562) y 20.30 a 22 hs: Prof. Paula Caia Zotes (Of. 3563). Jueves 8 a 9.30 hs: Prof. Jorgelina Vicente (Of. 3564)

Premiere 2

Lunes 14 a 15.30 hs: Prof. Ariel Juarez (Of. 3587), 15.45 a 17.15 hs: Prof. Ariel Juarez (Of. 3588). Miércoles 18.45 a 20.15 hs: Prof. Germán Sanchez (Of. 3589)

Rhino 2

Miércoles 11.30 a 14 hs: Prof. Mejias Damian (Of. 3574). Viernes 18.45 a 22 hs: Prof. Constanza Ruiz (Of. 3573)

 Coordinación del Ciclo: Andrés Kesting
 Mario Bravo 1050. Tel. 5199-4500 interno 1111
 Mail: computaciongraficadc@palermo.edu
 Los talleres se dictan en Mario Bravo 1302

INSCRIPCIÓN:
www.palermo.edu/dyc/eventos/cg/comp_grafica.html

• **María Sol Linares: "Volvé a tu infancia con M&M's"**. Franco Casaretto, Angelina Razetto y Daniela Ricconi (Organización de Eventos 2) (24 y 25) • **Patricia Moreira: "IntercambiArte"**. Andrea Mango, Jorge Martínez, Jimena Monzon, Maureen O'Byrne y Mariela Tierno (Organización de Eventos 3) (26 y 27) • **Mariano Napolitani: "Una obra, infinitas visiones"**. Andrea Angrisani Campos, Valeria Arbert, Melanie Koblin, María Verónica Otero y María Mercedes Sales (Organización de Eventos 2) (28 y 29) • **José Luis Perez Larrea: "Buenos Aires canta tango"**. Manuel Aguilar, Luciana García, María Clara Oliveros, Eun Kyung Shin y Federico Soriano (Organización de Eventos 1). "¿Cómo quieres que te peine? By Gustavo Espinosa". Stefania

Bavio, Laura Bianchi, Gabriel Linck, Leonardo Saporiti, Cielo Segura Andrades y María Antonia Vasquez Caicedo (Taller de Comunicación 2). "Una noche de otro mundo (Encuentros cercanos de todo tipo)". Neyla Castro Linck, Martín Chiochio, Pamela Fidanza, Santiago Furfaro, Hernán Majorani, Agustín Rubino y Damián Teliz (Organización de Eventos 1) (30) • **Luis Sanza: "Viejos son los trapos"**. Florencia Di Giacomo, Lucila González Balcarce, Andrés Palacios Guerron, Almendra Peña y Agustina Straka (Organización de Eventos 4) (31 y 32) • **Horacio Sarria: "Festival artístico. Tributo al rock nacional de los 80's"**. Iva Agüero, María Manuela Badano, Natalia González Yangordo, Florencia Guayanes, Yanina Lanza, Geneveva

Loyudice Gonzalez-Llanos, Delfina Maranesi, Ana Martini, María Clara Oliveros y María Soledad Palacios (Organización de Eventos 4) (33 y 34) • **Mariana Solís: "Conquista con Biotherm Homme"**. Estefanía Burneo Yerovi, Florencia Bustamante, Julieta Gitel, Andrea Narvaez y María Ignacia Schmidt (Organización de Eventos 1) (35). "Coronate en esta noche de reyes". Ignacio Amarilla De Barros Barreto, Antonella Capalbo, Romina Feijoo y Julián Waitzman (Organización de Eventos 1) (36) • **Martín Traina: "El club + grande del mundo"**. María Juliana Funes de la Iglesia, Carlos Ortiz Molina, Andrea Rivera Acuña, Eva Roiter, Florencia Steiner, Ornella Tambornini y Máximo Urtasun (Organización de Eventos 2) (37).

“Las relaciones públicas ayudan a las organizaciones a adecuarse a sus públicos, son estratégicas para las empresas y las hacen sustentables en el corto y largo plazo”

Expresó Juan Iramain, Vicepresidente de Asuntos Corporativos y Comunicaciones de Turner Internacional Argentina, en la Facultad



CONSEJO PROFESIONAL DE
RELACIONES PÚBLICAS
DE LA REPÚBLICA ARGENTINA

El 2 de junio se organizó el Observatorio temático sobre Relaciones Públicas: Radiografía 2009, proyecciones y desafíos. Presentaron sus reflexiones los autores de los artículos incluidos en el Cuaderno 28: Relaciones Públicas 2009: proyecciones y desafíos de la serie Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación Facultad.

La apertura de presentación de la actividad estuvo a cargo de **Paola Lattuada**, profesora de la Facultad: “El observatorio temático es un mecanismo por el cual buscamos acercar el mundo profesional y reflejar qué es lo último que está pasando en lo que respecta a las Relaciones Públicas. Muchos de estos disertantes publicaron sus artículos en La publicación académica de la Facultad: Cuaderno del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación número 28.”

A continuación, **Graciela Fernández Ivern**, Presidenta del Consejo Profesional de Relaciones Públicas y de Fernández Ivern Comunicaciones: “El Consejo cumplió cincuenta años de existencia el año pasado y pensamos que una buena forma de festejar era hacer el Primer Congreso Internacional de Relaciones Públicas con la idea de trabajar sobre el rol de los relacionistas en los distintos países e instituciones”.

“El mercado de hoy, a pesar de la crisis, presenta grandes posibilidades. La conciencia que tienen las corporaciones acerca de la importancia de la imagen, de las comunicaciones y de la complejidad institucional hace que esta profesión se enriquezca. Nosotros propendemos a la mejora permanente de las comunicaciones entre las corporaciones con sus distintos públicos sin descuidar el sentido ético”.

Luego se realizó el primer panel titulado: Reflexionar sobre las diferentes estrategias de prensa. Abrió **Daniel Scheinsohn**, consultor en Comunicación, quien habló sobre comunicación estratégica: “Cada estrategia está basada en dos pilares: un esquema conceptual y referencial y otro operacional que lo hace valioso para el cliente”. Al respecto, expresó: “Es un entendimiento acerca de cómo pretendemos convivir. Hay que tratar de generar en el DirCom una serie de comunicación sustentable, pero para eso tenemos que saber quienes queremos ser nosotros y cómo queremos vincularnos con otros”.

Sobre cómo actuar comentó: “La gran estrategia tiene que ver con la alta gerencia y con las prioridades que no están restringidas a la marca. Cuando hablamos de comunicación estratégica, el resultado es más que la suma de las partes. El operador de comunicación es quien toma las decisiones en esta área. Hay entonces una lógica política que trasciende la económica. Además de ser un organismo vivo e inteligente, cada organización tiene poder de cambio ya que sus actos generan efectos sobre la sociedad”.

El siguiente en tomar la palabra fue **Aldo Leporatti**, CEO de Porter Novelli Argentina, quien relató las vicisitudes del caso Botnia en agosto 2005, fecha en la que el 95% de la gente estaba en contra de la existencia de la papelera en Uruguay: “Cuando uno trabaja un caso caliente como



Graciela Fernández Ivern

este tiene que partir de que se va a encontrar con muchos presupuestos no probados, vinculados con el imaginario social que no necesariamente responden a la realidad. Nosotros tuvimos que hacer un trabajo arduo”.

Por último, **Fernando Arango**, Corporate Communications / Mastercard, explicó: “La reputación corporativa es un juicio o valoración que se efectúa en la mente de los públicos” y agregó: “Medir la responsabilidad corporativa permite tomar decisiones y evolucionar. Se mide cualitativamente. Las organizaciones piden a sus áreas el resultado del trabajo, el problema es que la responsabilidad corporativa es un intangible. Las empresas nos dan un presupuesto y quieren una devolución para saber qué retorno les traen dichas estrategias a su negocio. Es por eso que tenemos que vender nuestro trabajo constantemente debido a la dificultad de demostrar que nuestro trabajo vale”.

Para concluir su exposición, dijo: “El valor sobre la imagen de la corporación es fundamental ya que indica el grado de confianza, credibilidad y apreciación de la empresa. Todos los profesionales involucrados en la comunicación tienen que trabajar fuerte para ser tomados con seriedad”.

El siguiente panel fue sobre “Comunicación interna, pymes y Responsabilidad Social Empresaria”. Comenzó **Paola Lattuada**: “La Responsabilidad Social Empresaria tiene dos dimensiones, una estratégica y otra operativa. La RSE son indicadores que influyen en la reputación de las organizaciones, hacen que puedan lograr una mejor imagen. Contiene tres elementos, más que nada para poder capitalizar y que la organización lo capitalice: el concepto, la empresa como sujeto social y los públicos y sus expectativas”.

Luego agregó: “Profesionalmente tenemos un training, una mirada más antigua y amplia de lo que son los públicos para la sociedad. Hoy una empresa considera que su éxito está vinculado al bienestar de la sociedad y a la salud de sus públicos. Esto es RSE conciente, comprometido y consistente”.

Y sobre los públicos comentó: “Los públicos

están más maduros y especializados, sus expectativas cambiaron, son variables que una empresa puede tener en cuenta para hacerse más competitiva, diferenciarse de su competencia”. Luego, **Patricia Iurcovich**, consultora en Comunicación Corporativa y profesora de la Facultad: “Las pymes son empresas familiares, es muy difícil que salgan de sus paredes y vean más allá. Es complicado vender relaciones públicas y comunicación a este tipo de empresas ya que estamos ofreciendo un servicio no tangible. La comunicación es una inversión no un costo”.

A continuación, **Marisa Cuervo**, profesora de la Facultad: “La comunicación interna siempre responde a los objetivos de la empresa. Formar parte de un plan estratégico es tener que ver con la cultura de la empresa”. Sobre las formas de comunicación estratégica: “Lo más importante es escuchar, no se puede planificar ni generar mensajes si no se escucha lo que está pasando en la empresa”.

Y por último: “Se deben aplicar herramientas coherentes, los medios internos deben tener el mismo tratamiento que una campaña de publicidad. Y utilizar medios profesionales, planificando lo que se va a hacer”.

El siguiente panel fue sobre “Gestiones de comunicación externa: Relaciones Públicas, Opinión Pública y Medios”. El inicio lo dio **Carlos Raúl Castro Zuñeda**, consultor en Comunicación y profesor de la Facultad: “A la opinión pública no la vemos ni la tocamos, pero la sentimos permanentemente y nuestra función es intervenir en ella. Es fundamental conocer el proceso de formación. Debemos seguir el concepto de opinión pública dependiendo del contexto, teniéndolo en cuenta y realizando una lectura permanente”.

Participó del panel también **Juan Iramain**, Vicepresidente de Asuntos Corporativos y Comunicaciones de Turner Internacional Argentina: “Las relaciones públicas ayudan a las organizaciones a adecuarse a sus públicos, son estratégicas para la empresa y la hace sustentable en el corto y largo plazo”.

Luego, **Hernán Stella**, integrante del equipo de comunicación del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires: “Toda crisis implica un cambio. Genera un riesgo, que es una oportunidad de crear oportunidades. A la crisis tenemos que conocerla e identificarla para poder tratarla. Identificar a los actores y encararlo desde lo práctico, lo real y solucionarla. Hoy en día no estamos preparados para afrontar estas situaciones, falta anticipación, y se da una demora en la comunicación con los medios. Debemos ser flexibles, creativos e innovadores, y saber improvisar. Luego está el tema preventivo, que es anticiparse a los problemas y crear escenarios posibles para saber qué hacer en tal o cual momento”.

El siguiente panel fue sobre “Gestiones de comunicación externa: Relaciones Públicas y Gobierno”. Comenzó **Roberto Starke**, Director de Analogías: “El lobby tiene que ver con las características, normas, tradiciones y cultura de cada país. En Estados Unidos es algo que está más institucionalizado. Los lobbistas son especies de políticos, hacen prácticas de políticos y



De izq. a der. Carlos Raúl Castro Zuñeda, Hernán Stella y Juan Iramain



De izq a der. Fernando Arango, Daniel Scheinsohn y Aldo Leporatti



De izq. a der. Marisa Cuervo, Patricia Iurcovich y Paola Lattuada



De izq a der. Allan McCrea Steele, Federico Rey Lennon y Alberto Arébalos



De izq a der. Diego Dillenberger, Hernán Maurette y Roberto Starke

RELACIONES PÚBLICAS

encaran la realidad de manera similar. Se ocupan de reflejar un interés y tienen un vínculo muy fuerte con los intereses que representan".

Luego, **Hernán Maurette**, Gerente de Asuntos Públicos de Metrogas dijo: "Lo primero que se debe evaluar es la agenda de gobierno, los tiempos y temas. Cada uno tiene que saber el rol que va a cumplir en las diferentes instancias. Es importante empujar y persuadir".

Por último, **Diego Dillenberger**, director de la revista Imagen: "En Argentina, en los últimos años, se produjo una desintegración completa de los partidos políticos, que lleva a una desintegración del país. A partir de un departamento de comunicación se le puede volver a dar vida a los partidos".

El último panel del día fue sobre "Nuevas tendencias". **Allan McCrea Steele**, Presidente en Edelman América del Sur y Presidente & CEO en Edelman Argentina, explicó: "En la empresa hace tres años empezamos a notar que la comunicación de dos vías pasó a ser una conversación, eso se ve en la web 2.0. Los vehículos tradicionales ya no satisfacen las necesidades, por eso creamos otras formas de captar el interés del público. Y llegamos al concepto de las experiencias multisensoriales donde se involucran los cinco sentidos".

Sobre cómo se aplicó contó: "En el caso de la empresa Samsung desarrollamos una fragancia que identifica a los productos y después lo hilamos con lo auditivo. Esa atmósfera le significaba al cliente una sensación de comodidad y confort".

En el caso Yamaha cerramos el autódromo y creamos una pista de carreras de motos donde los usuarios probaron el producto y se vistieron con la misma ropa que los número uno. Para que puedan vivir la experiencia y sentir lo mismo que un corredor".

Y concluyó: "El público que llega a la marca a

través de los sentidos genera una fidelización mucho más grande. Todavía nos falta mucho camino por recorrer dentro de lo que no es lo tradicional, trabajando vamos a poder lograrlo".

A continuación, **Federico Rey Lennon**, Consultor en Relaciones y Comunicaciones Estratégicas y director de E.LiFE Argentina: "Me encanta que el mundo se vuelva fanático de estas tecnologías, la característica central es la capacidad enorme de priorizar la relación boca-oído. Esta comunicación viral se suele utilizar luego de hacer una compra: potencia lo positivo y lo negativo de una marca. El consumidor también recurre antes de hacer una compra o utilizar un producto para ver qué opiniones hay al respecto".

Y agregó: "Los nativos digitales están cumpliendo ahora 18 años, es un público muy particular con formas distintas de comunicarse, son aislados intercomunicados, solos, desde su casa, están conectados con cientos de personas. La web 2.0 permite nuevas cosas: el desarrollo de productos y opiniones. Para el planeamiento estratégico, nuevas ideas que surjan mediante la web. Para el servicio de atención al cliente, para la detección de problemas y en investigación social".

Por último **Alberto Arébalos**, Director de Comunicaciones Corporativas y Asuntos Públicos de Google: "Youtube es un fenómeno social que fue más allá de lo que se había pensado cuando se desarrolló. Cada una hora se suben 20 horas de video. Surgió por el emprendimiento de dos chicos que querían enviarse videos entre ellos de una manera rápida. Google fue un proyecto de posgrado".

Por último expresó: "Internet no es virtual, es algo real donde está gran parte de nuestra vida. En la red con que uno le diga a dos crece enormemente la ola viral".

En este fenómeno de internet, que yo llamo horizontal, el poder migró a los extremos, ya no está en el centro. Es una gran conversación".

29
AGO
estudiantes
DC ONLINE
Diseño y Comunicación



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 29 se envió a comienzos de agosto y, en DC de septiembre, se transcriben los principales textos como un ayuda memoria para los estudiantes.

Semana a semana

+ Clases para todos los estudiantes

Las clases comienzan el 18 de agosto (el 17 es feriado) y terminan el 27 de noviembre.

+ Las horas de consulta (Módulos MAP) del segundo cuatrimestre 2009 comienzan el 14 de septiembre y finalizan el 13 de noviembre.

+ El Ciclo de Evaluación se desarrollará desde el 9 al 27 de noviembre. El cierre de actas de cursada se realiza, obligatoriamente, en la penúltima semana del ciclo de evaluación: del 16 al 20 de noviembre.

¿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 primer 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.

No figuro en la 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.

Recordar que los docentes no inscriben a los estudiantes en las materias, esto es un trámite administrativo que lo debe realizar el alumno. Es responsabilidad de los estudiantes estar formalmente inscriptos en las asignaturas que cursan (deben aparecer en el acta de cursada respectiva).

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 18 de agosto.

Ciclo de Evaluación. Cambio en el calendario

A partir de este cuatrimestre el Ciclo de Evaluación se reduce a tres semanas, del 9 al 27 de noviembre, para ganar una semana más de clases regulares.

El cambio más significativo es que el cierre de actas de cursado se realiza la semana del 16 al 20 de noviembre. En esta semana, en los horarios

de clases los estudiantes tienen la obligación de asistir y entregar el portfolio de cursada. Y las últimas correcciones para exámenes finales se concentran en una sola semana, del 23 al 27 de noviembre.

Las únicas excepciones son los estudiantes de Diseño de Indumentaria que cursan las asignaturas que participan en los desfiles de la Semana de la Moda que se realizan las dos últimas semanas de noviembre, a partir del 16 de noviembre.

En las asignaturas Diseño de Indumentaria (niveles I a VI) y Diseño de Accesorios (niveles I y II) los profesores cierran las actas la semana anterior, del 9 al 13 de noviembre.

También se traslada a la semana anterior los casos de otras asignaturas del área Diseño de Modas cuyo cierre coincide con día y horario de presentación de sus estudiantes en la Semana de la Moda. Es importante que cada estudiante esté atento si su presentación en el desfile (día y horario) se superpone con el cierre de actas de alguna de las asignaturas que cursa. En este caso le informa al profesor y le cierra las actas (recibiendo el portfolio) la semana anterior. (+ info: Secretaría Académica, sacademicadc@palermo.edu)

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: Diseño de Zapatos (Tecnología Textil 1). Martes de 8 a 11.15 hs. Prof. Fernando López Bizcaino. Inicio: 18 de agosto • Pedagogía del Diseño y la Comunicación. Martes de 11.30 a 13.30 hs. Prof. Victoria Bartolomei. Inicio: 18 de agosto • Taller de Confección 1. Martes de 8 a 11.15 hs. Prof. Susana Choi. Inicio: 18 de agosto • Diseño de Lencería (Tecnología Textil 2). Miércoles de 8 a 11.15 hs. Prof. Marisa Schenone. Inicio: 19 de agosto • Teatro y Espectáculo 1. Lunes de 14 a 17.15 hs. Prof. Dardo Dozo. Inicio: 24 de agosto • Teatro y Espectáculo 2. Lunes de 14 a 17.15 hs. Prof. Claudia Kricun. Inicio: 24 de agosto • Diseño de Lencería (Tecnología Textil 2). Martes de 14 17.15 hs. Prof. Cecilia Mariel Otero. Inicio: 18 de agosto • Historia de la Moda (Electiva - Nuevas Tecn. de Comunicación). Viernes de 14 a 17.15 hs. Prof. Claudio Martínez. Inicio: 21 de agosto.

Talleres Operativos del Área Audiovisual

La semana del 31 de agosto al 4 de septiembre comienza el tercer ciclo de Talleres Operativos del Área Audiovisual en la sede Jean Jaurès 932, 2º piso. Hay dos opciones horarias: 11.30 ó 17.30 hs. Inscripción: palermotv@palermo.edu.

Tutorías para exámenes previos

Los estudiantes que adeuden exámenes finales y deseen preparar para el próximo período de exámenes previos pueden recurrir al Programa Tutorías para Exámenes Previos.

En este programa tienen prioridad aquellos estudiantes que se les vence la cursada de la asignatura en diciembre 2009 y aquellos que cursaron con profesores que no están dando clases regulares en la Facultad.

Los estudiantes que no pertenezcan a estos grupos prioritarios pueden registrarse en el Programa y, luego del análisis de cada caso, se programará el período de incorporación efectiva del estudiante a la tutoría.

Presentación del Cuaderno 28

Luego del Observatorio Temático, se llevó a cabo la presentación de la edición 28 del Cuaderno del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación: **Relaciones Públicas 2009. Radiografía: proyecciones y desafíos** (ISSN 1668-0227). La publicación, editada en forma conjunta por el Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina y la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, tuvo el desafío de reunir a un grupo de destacados profesionales en la gestión comunicacional y lograr una aproximación que enmarca la disciplina, su práctica y sus particularidades. Compone un escenario actual de la profesión, sus proyecciones y los desafíos de los futuros profesionales.

Autores participantes y sus artículos: **Fernando Arango**: La medición de la reputación corporativa, **Alberto Arébalos**: Yendo donde están las audiencias. Internet: el nuevo aliado de las relaciones públicas, **Alessandro Barbosa Lima** y **Federico Rey Lennon**: La Web 2.0: el nuevo espacio público, **Lorenzo A. Blanco**: entrevista, Lorenzo A. Blanco: ¿Nuevas empresas... nuevas tendencias... nuevas relaciones públicas...?, **Carlos Castro Zuñeda**: La opinión pública como el gran grupo de interés de las relaciones públicas, **Marisa Cuervo**: El desafío de la comunicación interna en las organizaciones, **Diego Dillenberger**: Comunicación política, **Graciela Fernández Ivern**: Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina. Carta abierta en el 50º aniversario, **Juan Iramain**: La sustentabilidad corporativa como objetivo estratégico de las relaciones públicas, **Patricia Iurcovich**: Las pymes y la función de la comunicación, **Gabriela T. Kurincic**: Convergencia de medios en Argentina, **Paola Lattuada**: RSE: Responsabilidad Social Empresaria. La tríada RSE, **Aldo Loporatti**: Issues Management. La comunicación de proyectos de inversión ambientalmente sensibles, **Elisabeth Lewis Jones**: El beneficio público de las relaciones públicas. Un escenario en el que todos ganan, **Hernán Maurette**: La comunicación con el gobierno, **Allan McCrea Steele**: Los nuevos caminos de la comunicación: las experiencias multisensoriales, **Daniel Scheinsohn**: Comunicación Estratégica®, **Roberto Starke**: Lobby, lobistas y bicicletas, **Hernán Stella**: La comunicación de crisis.



La publicación puede ser consultada y/o bajada en www.palermo.edu/dyc -> Publicaciones DC -> Publicaciones Académicas -> Cuadernos del Centro de Estudios



“Valió la pena! Me vuelvo a Bogotá con una base más sólida y con la meta de ir orientando mi creatividad cada vez más hacia el cielo. No hay límites!”

Expresó el estudiante colombiano Miguel Armando Riaño Rubiano participante de la Clínica de Creatividad “Un latido, Una Idea”

Del 22 al 29 de julio nuestra Facultad dictó la Clínica de Creatividad Publicitaria “Un latido, Una Idea” a cargo de destacados profesionales en la que participaron 22 alumnos de la Universidad Sergio Arboleda, de Bogotá, Colombia.



La clínica, actividad arancelada de tres días de duración, fue coordinada por el profesor **Sergio Pollaccia** y los talleres fueron dictados por un equipo de destacados profesionales: **Pancho Dondo, Pablo Lezama, Claudio Sordó, Marcelo Sorzana, Mariano Favetto, Augusto Pugliese, Marcelo Paki Montes y Omar Di Nardo.**

A continuación se transcriben apuntes sobre principales conceptos desarrollados en cada una de las actividades.

“La creatividad es la búsqueda original de las soluciones”. Taller dictado por Marcelo Paki Montes y Augusto Pugliese

A través del juego se puede comprender el proceso creativo. Pero antes se debe diferenciar el juego y el jugar. El primero está definido por las reglas y el segundo es totalmente libre.

Al investigar, se puede descubrir que el jugar no está ceñido solamente a los niños, sino que también forma parte del mundo de los adultos, y que en este plano se encuentra limitado por el espacio físico y por las reglas del lugar.

Cuando se puede entender el juego desde la reflexión, encontramos que en el juego no se gana ni se pierde, sino que siempre se gana, por el solo hecho de jugar.

Para estos profesionales de la creatividad, la frase “está todo inventado” no existe. Siempre hay algo para reformular y volver a crear. Se debe pensar en recuperar la frescura una y otra vez.

El juego trabaja sobre la tensión: tensión y libera, todo el tiempo. Para crear hay que llevar el tema que se quiere trabajar al extremo máximo.

Se entiende que el talento es una gran parte de este proceso, pero solo con eso no alcanzo y se necesitan de todas las estrategias posibles para hacer pensar. A los *planners* les gusta mucho jugar y los conecta mucho con la creatividad.

Llegando al final también se habla de que pasa cuando uno pierde, una posibilidad que no se descarta y es parte del gran desafío al momento de jugar. La premisa es: “Perder es buscar ganar”.

“Un creativo se tiene siempre que transformar en niño”. Taller dictado por Omar Di Nardo

Uno de los principios para aquellos que trabajan en publicidad es saber mirar. Los publicitarios

deben ser buenos observadores.

Para ilustrar esta teoría Omar Di Nardo presenta los 10 caminos creativos, y los representa a través de grandes comerciales de la actualidad y de la historia.

1. Problema – Solución: en publicidad si no existe el problema se busca. A partir del defecto de algo o de alguien se puede llegar a una gran idea.

2. Demostración: se deja constancia del producto y de los beneficios para el usuario. Se deberá intentar acoplar la fantasía a la demostración más racional del producto.

3. Comparación: adaptar el mensaje a cada generación y a cada cultura.

4. Analogías: busca una asociación de ideas en el camino de quien lo busca.

5. Símbolo visual: también llamado *insight*

6. El Presentador: es la figura que exalta las características del producto. Es una persona clave para la marca.

7. Testimonial: hay un experto que le habla al público dirigiéndose a su parte racional.

8. Trozos de vida – *Slice of life*: la idea es que el espectador se identifique con lo que está pasando en la publicidad.

9. Trozos de Cine: es un comercial más extenso que alude a un fragmento cinematográfico. Requiere mucha producción.

10. La música: conlleva beneficios emocionales para la marca y permite la repetición de ésta y del slogan. También ayuda a la segmentación.

“Los mecanismos mentales creativos”.

Taller dictado por Mariano Favetto

Uno de los autores que mejor ilustran este seminario es Edward de Bono. Los conceptos que se extraen tienen que ver con salirse de donde está uno, para encontrar así la solución. Una de sus teorías más concretas es preguntarse porqué.

Otro texto, del mismo autor, calificado para este encuentro es “6 sombreros para pensar”, donde todos y cada uno de ellos pueden llegar a buenas ideas, hasta el más negativo.

Los consejos más operativos tienen que ver con observar cosas nuevas y diferentes, pudiendo salir de los límites para no tener filtros. La idea es nutrirse de palabras y buscar mucho en el arte para lograr la inspiración.

Lo importante para crear situaciones innovadoras es contar historias de diferentes maneras, sin dejar de lado lo común de la vida, sino utilizarlo de manera estratégica.

Otro recurso para llegar a una buena pieza creativa es trabajar mucho, o sea pensar en cantidad para llegar a la calidad. Así el nivel de selección del material es más cuidado y se pueden obtener muy buenos resultados.

Mariano Favetto desarrolló 3 ejercicios prácticos muy interesantes y de gran vuelo creativo, aplicando las premisas teóricas presentadas durante el seminario.

El primer ejercicio consistía en crear una trama a partir de un objeto; el segundo trataba de obtener una imagen a partir de una música y una frase trillada. Por último, se pedía construir una grilla con 12 cuadrados y en cada uno plantear una situación que enfrente a un objeto con sus dos extremos, por ejemplo la lujuria y la miseria.

“Lo que en moda tiene éxito se convierte en un clásico”. Marcelo Sorzana

El lugar que ocupa la percepción en la creatividad es muy importante.

En la moda constantemente se utiliza la sutileza y el impacto por sobre la creatividad.

La publicidad se basa muchas veces en uno de los pecados capitales: la vanidad. Y esta percepción puede ser aplicada a todo tipo de producto, porque a pesar de tener una marca de consumo masivo, se puede trabajar como si fuese de lujo, creando un aspiracional.

Uno de los elementos más importantes a la hora de hacer publicidad es conocer el perfil del consumidor. El creativo debe estar abierto y saber a quién se le comunica. La evolución es tan rápida que se debe estar por encima de los cambios de tendencias. El contexto es muy importante y para el *planner* analizar la situación externa y el sector en donde se mueve el producto es fundamental.

Siempre se debe trabajar sobre lo cualitativo. Es un buen método preguntarles a las personas que piensan de la vida, más que preguntarles que usan.

“No somos simple comunicadores, somos conectores. Somos constructores de engagement”. Taller dictado por Claudio Sordó

El concepto de la web 2.0, habla puntualmente de interacción, del cambio del usuario a partir de esta interacción, y de su adaptación a los nuevos medios.



Sergio Pollaccia



Pancho Dondo



Pablo Lezama



Claudio Sordó

Las técnicas ATL se manejan por actitud, en cambio las acciones BTL por las conductas. En el *top of mind* de un cliente puede estar una marca, pero al llegar al punto de venta encuentra un display con la marca de la competencia y es lo primero que compra.

Pero ahora se está formando un nuevo concepto que habla de la desaparición de la línea, poniendo énfasis en la experiencia como marco de referencia en la relación del consumidor y la marca. Las personas ya no compran productos, sino experiencias, y esa experiencia es 360. La experiencia es con la marca, con el producto y también, con otros usuarios (redes sociales, Facebook).

El mundo digital dio vuelta al marketing, provocando una fragmentación, donde las nuevas plataformas de medios inciden en el comportamiento y en las decisiones de los usuarios.

De consumidores, pasamos a tener “prosumidores”. Hoy en día, a la gente se le consulta más y se le cree más que a los empresarios.



Marcelo Sorzana



Mariano Favetto



Marcelo Paki Montes y Augusto Pugliese



Omar Di Nardo

“La audición es el acto más elevado de dirección, es la elección de mis actores y en general me siento feliz”

Expresó Ricky Pashkus en el seminario abierto a la comunidad que dicta la Facultad

Durante el primer cuatrimestre de 2009 se realizó la novena edición de Escena Creativa. Son seminarios gratuitos de capacitación y actualización donde los protagonistas y creadores presentan su producción, reflexionan sobre su obra, explican técnicas. Se dictaron cuatro seminarios: “Ser actor. La dialéctica entre la individualidad y lo grupal” por Hugo Arana, Darío Grandinetti, Juan Leyrado y Jorge Marrale, “La relación cuerpo – objeto en el teatro de títeres” por Adelaida Mangani, “Puesta en escena de Opera y Teatro Musical. Dialéctica Texto-Música-Espacio” por Willy Landin e “Innovación, autogestión y desestructuración del lenguaje. Proceso y producción de la comedia musical” por Ricky Pashkus.

En el Seminario *Ser actor. La dialéctica entre la individualidad y lo grupal* dictado por **Hugo Arana, Darío Grandinetti, Juan Leyrado y Jorge Marrale**, los actores reflexionaron sobre la enseñanza y el estudio de la actuación: “Los actores sacamos las cosas de la vida, entonces uno está influenciado por el contexto en el que nació y vive”, dijo Jorge Marrale y luego contó la experiencia en el 2002 en el Maipo: “Hay algo que planea sobre todos nosotros. La historia de nuestro teatro y nuestros actores también está ahí. Algo tenemos todos de nuestros llamados “padres”, los hayamos visto o no”. Posteriormente se refirió a la importancia de la técnica, a lo que Juan Leyrado agregó: “Creo que las cosas que uno estudió siempre aparecen. Recuerdo, más que nunca, a medida que pasa el tiempo, a los profesores con los que trabajé. Son muy importantes, aunque también influyeron otras cosas, experiencias de vida”. Darío Grandinetti admitió: “En mi experiencia personal, no tuve grandes periodos de estudio, pero lo que aprendí en algún lado está”. A diferencia de Hugo Arana, quien dijo: “Yo le doy mucho valor a la técnica. Estaré toda mi vida agradecido con Augusto Fernandes porque me enseñó ese rigor de poder leer la letra chica. Es un oficio, como un plomero que le agrega herramientas a su valija para hacer mejor el trabajo. Cada minuto hay una nueva pregunta, algo distinto, por lo que seguimos aprendiendo siempre.” Respecto de lo grupal, Grandinetti marcó que hay una mistificación sobre la formación de los grupos pero que ellos conviven de forma natural, que les llama la atención que les pregunten cómo hacen para trabajar juntos: “El teatro es grupal y debe serlo, de eso se trata el escenario, es un aprendizaje”, Leyrado agregó que hay que trabajar y despojarse del individualismo, que en el contexto actual cuesta mucho liberarse de ello y practicar la tolerancia: “Hay una necesidad de agruparse por ideología, por la situación mundial donde todo fue destruyendo la idea de colectivo, a mí me gusta trabajar con amigos y despojar las ideas que atentan contra la relación del uno con el otro. Por último, Marrale dijo: “La construcción artística

necesita del acompañamiento, lo que subyace en lo grupal es la amorosidad, lo afectivo”.

Adelaida Mangani trabajó sobre *La relación cuerpo – objeto en el teatro de títeres*. Planteó que lo esencial del arte de los títeres es transferir a un objeto todo lo que está sucediendo en el cuerpo del manipulador. Es una síntesis entre el cuerpo del intérprete y el objeto inanimado. Partió de la idea de títere como un objeto movido con una intención dramática para resaltar que el títere es el personaje pero destacó también la definición de Javier Villafañe quien instaló una estética especial “el títere nació el primer día que el hombre vio su sombra y se dio cuenta que su sombra era él y no era él”. La expresión titiritera es una síntesis y plantea de este modo un dilema que también tienen los actores: el desdoblamiento. Por otra parte introdujo el concepto de *Teatro de Objetos* que es un término que se utiliza mucho en Europa y que en Argentina lo trajo El Periférico de Objetos. El seminario tuvo una modalidad teórico - práctica en donde los asistentes pudieron trabajar desde sus propios cuerpos una serie de ejercicios destinados a explorar las relaciones cuerpo – objeto, manipulador – manipulado y la utilización de la técnica de varillas para la manipulación. Las ejercicios estuvieron destinados a lograr un estado corporal acorde para realizar una aproximación a estas técnicas y a partir de un trabajo muscular y de concentración proyectar el cuerpo hacia las varillas indagando las distintas relaciones de identidad que se forman en el objeto. Dice Mangani: “Se produce una relación entre el títere y el titiritero en donde se explora cuánto al títere le doy de mí y cuánto el títere me incentiva”. Se les propuso entonces a los asistentes que experimentaran con un ejercicio inventado por la compañía de titiriteros para explorar dicha relación: “Es importante concienciar el material porque este ofrece siempre una resistencia, a veces el titiritero siente que el títere lo lleva”.

En el segundo encuentro se trabajó sobre las distintas técnicas de manipulación: varilla movido desde abajo, varilla movido desde atrás y mani-

pulación directa. La ejercitación de esta jornada estuvo dedicada a la conexión con la mano: “El objeto, la materia tiene una propuesta, no se puede ir más allá de eso, hay una identidad de la materia, del títere, hay un punto sutil de ida y vuelta con el material en donde el material y el manipulador proponen y su propuesta se sintetiza en una expresión”. La actividad tuvo como cierre el encuentro con tres títeres diseñados en base a distintas técnicas

Willy Landin en su seminario *Puesta en escena de Opera y Teatro Musical. Dialéctica Texto-Música-Espacio* comenzó planteando que en el teatro de prosa también hay música y que nos encontramos con la dificultad de que no hay una teoría escrita sobre la puesta en escena de ópera, por lo tanto no se puede transmitir un sistema de cómo realizar una puesta. Su propuesta comenzó por trabajar algunos aspectos sobre morfología y semiótica de la música, dado que en la ópera es gran parte del lenguaje que se utiliza para transmitir algo: “A diferencia de otras artes la música penetra en nosotros mientras que las artes discursivas como el cine y el teatro necesitan un tiempo para tomar forma en la música no hay un soporte. La música tiene un poder evocativo que tiene que ver con el poder ilimitado de combinación, como la música tiene la posibilidad de simultaneidad, ritmo, melodía y armonía, la escucha es inagotable”. Luego habló sobre el origen de la ópera, de los conceptos musicales de monodía y polifonía y trabajó sobre un concepto “visual” de la música a partir de las partituras de Bach: “Un director de ópera o de teatro musical es un articulador, es el que decide dónde pongo la atención. No es necesario que sepa música pero sí hay que ser sensible a la música”.

“El teatro es un juego de convenciones donde hay una lógica interna. Un puestista puede incluso darle sentido al no-significado, al ruido.” Habló también de la función del recitativo en la ópera y su utilización en los orígenes de la misma para hacer que la acción avance: “Una de las características del recitativo es que es terreno exclusivo del director de escena, tiene que ver con los tiempos escénicos, y por ende se puede trabajar libremente, teatralmente. En Wagner hay un discurso musical fluido en donde no hay diferencia entre la música y el recitativo”.

Otra de las problemáticas que se trataron fue el tema de la limitación de los cantantes respecto de la emoción: “No se pueden permitir llorar porque la angustia va directo a la garganta, entonces cuando uno encuentra un cantante que además agrega este plus de emotividad a su performance se está frente a una técnica admirable y hay otra cuestión que es que la actuación modifica la música”.

Los asistentes también realizaron trabajos visuales sobre dos arias de *Madame Butterfly* y de *Tosca de Puccini*.

Ricky Pashkus dictó el seminario *Innovación, autogestión y desestructuración del lenguaje. Proceso y producción de la comedia musical* afirmó: “En este momento de mi vida me siento más director que coreógrafo y si tuviera que ir más lejos, me considero más un gestor además de tener un gran apasionamiento por la docencia”. Comenzó la clase problematizando el término teatro musical, diferenciándolo de la comedia musical: “En general, cuando uno habla de esta última, la entiende como un género que no nos pertenece, que se liga con lo norteamericano y



Ricky Pashkus



Adelaida Mangani



Willy Landin

que se define por la presencia de música, danza y canto que hacen avanzar la acción, pero incluso en la actualidad ya hay comedias musicales que escapan a esta definición” Reconoció al teatro de revista porteño como una comedia musical en donde hay un agregado de un cómico que hace humor político corrosivo. También analizó las diferencias entre *café concert*, *music hall* y *stand up* y marcó directores actuales del teatro alternativo que tienen un especial sentido musical como Alejandro Tantanián para concluir en realidad “no hay teatro no musical filosóficamente hablando”. Se focalizó también en la necesidad de registrar las coreografías en Argentores y en que muchas veces los coreógrafos deben pelear por ser considerados autores: “Cuando entrás en un sistema de acción tenés que tener un conocimiento muy grande de los sindicatos pertinentes”. También se analizaron los ítems de los *bordereaux* y los porcentajes como algo importante a ser tenido en cuenta a la hora de aceptar un trabajo. Como los valores y la problemática de llevar a escena una comedia musical extranjera. También habló sobre el modelo de audición que se utilizó para *El joven Frankenstein*: “Yo trato de que la gente que va a audicionar se entere de todo cuando lee, cuánto va a cobrar, el período en que va a trabajar, que la primera ronda de selección es por look. La audición es el acto más elevado de dirección, es la elección de mis actores y en general me siento feliz. Para poder audicionar es necesario tener entrenamiento”.

Se visualizaron bocetos de vestuario de Fabián Luca para *El joven Frankenstein* y de lo fundamental de armar una ruta de vestuario: “Mi mirada del arte trata de buscar una inserción en el campo laboral. Creo que no hay que contar la receta, sino las trampas y los secretos con el que uno fue autorizado”. (Andrea Pontoriero)



De izq. a der. Jorge Marrale, Juan Leyrado, Darío Grandinetti y Hugo Arana

“Cada jardín es un lugar de intercambio, juego y percepción de la personalidad”

Expresó el paisajista Roberto Mulieri en la Facultad

El 2 de julio se realizó el seminario “La percepción del sitio y el diseño del paisaje”, organizado por la Facultad de Diseño y Comunicación junto al Club Argentino de Jardinería y la Red Argentina del Paisaje.

La apertura estuvo a cargo de **Inés Sabaté**, Presidente del Club Argentino de Jardinería. Luego, el paisajista **Roberto Mulieri** dio una conferencia titulada “Los lugares, las formas y la percepción del lugar”: “Cada sitio es una inagotable fuente de diseño. Quienes diseñamos paisajes trabajamos con las voces del sitio. La geografía del lugar tiene un gran protagonismo a la hora de diseñar el jardín, en esto nada peor que las modas que gritan por gritar”. Y continuó: “Tenemos que descubrir la identidad del lugar. El espacio debe producir un impacto y los diseñadores tienen que interpretar la forma territorial. Cada jardín es un lugar de intercambio, juego y percepción de la personalidad”. Sobre el proceso de construcción del paisaje: “Hay que buscar provocar para despertar el

interés del otro y así generar la sensación de que quién hace esa búsqueda va creando el paisaje en ese recorrido”. Luego, se presentaron Edgardo Ruiz, Presidente y Coordinador del Nodo Buenos Aires y profesor de la Facultad de Diseño y Comunicación, junto a Maribel Pérez Molina, secretaria del Nodo Buenos Aires. **Edgardo Ruiz** comenzó la charla comentando sobre el surgimiento de la Red Argentina del Paisaje: “La red es una forma asociativa, tejida por intereses comunes, dinámica, flexible y versátil para compartir las fortalezas, aprovechar las oportunidades, protegerse de las debilidades y estar cohesionados ante las amenazas. Desplegada por grupos de interés que actúan a modo de nudos de la red que se constituyen



Roberto Mulieri



Maribel Pérez Molina y Edgardo Ruiz

en función de necesidades concretas y motivaciones genuinas, donde se tolera, respeta y promueve la diversidad como práctica de reconocimiento de la heterogeneidad de los miembros asociados, fomentando el debate para la riqueza del conjunto”. A continuación, **Maribel Pérez Molina** comentó sobre los objetivos de la Red: “Cuando hablamos de paisaje los hacemos con un enfoque multidimensional. Entendemos por paisaje un área cuyo carácter es el resultado de la interacción de factores naturales y humanos. Y cuando decimos humanos nos referimos a valores históricos, culturales y patrimoniales y también los sentimientos y emociones que despierta. El paisaje es un producto social, la proyección cultural de una sociedad sobre un

espacio determinado desde una dimensión material, espiritual ideológica y simbólica”. Y por último agregó: “El principal objetivo de la Red es trabajar para procurar el orden, la protección y recuperación del paisaje, y colaborar en concientizar a la comunidad sobre su derecho al mismo”.

“Siempre pensé que Borges es extraordinariamente visual”

Expresó María Kodama en ocasión de la presentación de una publicación sobre Borges editada por la Facultad

El 26 de marzo se presentó la edición 27 de la publicación “Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación” (ISSN 1668-0227), que reúne artículos académicos con el título “Borges y las artes (y las artes en Borges)”, en una mesa redonda presidida por María Kodama e integrada por Alejandra Niedermaier, Sandro Benedetto y Nora Tristeza.

De izq a der. Alejandra Niedermaier, Nora Tristeza y Sandro Benedetto y María Kodama >



La mesa fue presentada por **Alejandra Niedermaier**, en nombre suyo y de **Alberto Farina***, como coordinadores de la publicación: “Los ensayos que se suceden han intentado encontrar las huellas de Borges en distintas obras. A medida que uno se introduce en su mundo va descubriendo distintas formas de percibir, de empaparse de toda esa cosmovisión que su obra transmite”. Con respecto a la música, **Sandro Benedetto** expresó: “Su contribución al género a través de las letras de sus milongas y poesías, es por demás relevante”. Finalmente, respecto a la pintura, **Nora Tristeza** comentó: “Tanto la pintura como la escultura, han sido presencias constantes, palpables y tangibles en el paradójico mundo casi sin imágenes de nuestro gran escritor”. **María Kodama**, por su parte, habló del escritor y compartió su interés en la publicación: “Es un honor y un placer estar aquí con ustedes. A través de una serie de trabajos presentados por los especialistas en cada una de las disciplinas que desarrollan, descubren las relaciones de Borges con las artes, con la música, el cine y la fotografía”.

Con respecto a su relación con el cine comentó: “Siempre pensé que Borges es extraordinariamente visual. Sus cuentos atraían a los directores de cine porque veían en ellos casi las secuencias cinematográficas para el film. Es el fondo en el que se decanta el profundo pensamiento filosófico que supo amalgamar y transformar en la literatura”. Y agregó: “Como dominaba los idiomas, su ceguera no fue un impedimento para ir al cine ya que podía seguir perfectamente los argumentos. Tenía una memoria prodigiosa y retenía los diálogos, al salir me preguntaba cómo habían resuelto el escenario visual de tal o cual situación. Podemos considerar a Borges desde una doble vertiente: como espectador y como crítico cinéfilo”. “En la obra de Jorge Luis Borges la milonga y el tango tienen una importante presencia, pues estos géneros musicales son el lugar de convivencia de los personajes orilleros tan queridos por el poeta”, expresa Sandro Benedetto en su artículo. Por su parte, Alberto Farina, en su análisis escribe: “Explorar la relación entre Borges y el cine nos conduce a laberintos y al extravío. Por lo tanto, no debe sorprender que el inicio del recorrido sea

a contramano...”. A continuación, Alejandra Niedermaier: “A medida que uno se introduce en el mundo de Jorge Luis Borges va descubriendo distintas formas de percibir, de empaparse de toda esa particularidad cosmovisión que su obra transmite”. “Más que las relaciones de Jorge Luis Borges con el pasado me interesa su visión del porvenir. Su obra literaria está enraizada a un recorrido donde se funden diversas tradiciones culturales que van desde el Oriente al mundo clásico, de lo medieval a lo moderno”, escribió **Graciela Taquini**, quien analiza la relación de Borges con los nuevos medios. En su análisis sobre el arte de Borges, Nora Tristeza dice: “Para el imaginario colectivo, la figura de Jorge Luis Borges está ligada en forma casi excluyente a su producción literaria... No obstante, en el intento de bucear en una aproximación entre las obras del escritor y la pintura, resulta gratificante encontrar numerosas opiniones al respecto”.

* El pasado 20 de julio falleció el profesor Alberto Farina. La Facultad le rindió un homenaje el 10 de agosto en el aula magna de la Universidad de Palermo.



Borges y las artes (y las artes en Borges)
Los autores que participaron en la publicación analizaron la asociación entre el escritor y los lenguajes del arte en: “Transborges” de Graciela Taquini, “El cine en Borges” de Alberto Farina, “Algunas consideraciones sobre la fotografía a través de la cosmovisión de Jorge Luis Borges” de Alejandra Niedermaier, “Borges y la música” de Sandro Benedetto y “El arte de Borges” de Nora Tristeza.

Entre el realismo y la tecnología de la imagen: el estado de la teoría fotográfica
“La fotografía como soporte de la memoria” de Florencia Bustingorry y Valeria Mugica, “Fotografía: los creadores de verdad o de ficción” de Andrea Chame, “Fotografía y Realidad” de Mónica Incorvaia, “Imágenes opacas. La realidad a través de la máquina surrealista o el desplazamiento de la visión clara” de Viviana Suarez, “Innovación, imagen y realidad: ¿Sólo una cuestión de tecnologías?” de Daniel Tubío y “La tecnología se sepulta a sí misma” de Augusto Zanela.

diseño&comunicación

Dirección Editorial: Oscar Echevarría, Decano de la Facultad de Diseño y Comunicación (oechev@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, 6° piso, 5199 4500
mtogni@palermo.edu
www.palermo.edu/dyc

