

9

**Rediseño de marca y Brand Book para la
Sociedad Central de Arquitectos
Buenos Aires, Argentina**

Proyectos de estudiantes
Orientación en Imagen Empresaria de la carrera de Diseño



1888 SCA 2006

Creación y Producción en Diseño y Comunicación
[Trabajos de estudiantes y egresados]

Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo
Centro de Estudios en Diseño y Comunicación (CED&C)
Centro de Producción en Diseño y Comunicación (CPDC)
Buenos Aires, Argentina
Octubre 2006

Creación y Producción en Diseño y Comunicación [Trabajos de estudiantes y egresados]

Universidad de Palermo.
Facultad de Diseño y Comunicación.
Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.
Mario Bravo 1050.
C1175ABT. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
infocedyc@palermo.edu

Director

Oscar Echevarría

Editora

Estela Pagani

Coordinador del N° 9

Marcelo Ghío

Comité Editorial

Allan Castelnuovo. *Market Research Society. Londres. Reino Unido.*

Raúl Castro. *Universidad de Palermo. Argentina.*

Michael Dinwiddie. *New York University. EE.UU.*

Marcelo Ghío. *Universidad de Palermo. Argentina.*

Andrea Noble. *University of Durham. Reino Unido.*

Joanna Page. *Cambridge University, CELA. Reino Unido.*

Hugo Pardo. *Universidad Autónoma de Barcelona. España.*

Ernesto Pesci Gaytán. *Universidad Autónoma de Zacatecas. México.*

Daissy Peccinni. *Universidad de San Pablo. Brasil.*

Fernando Rolando. *Universidad de Palermo. Argentina.*

Comité de Arbitraje

Pablo Barilari. *Profesor del Departamento de Diseño Gráfico.*

Alberto Farina. *Profesor del Departamento de Cine y Televisión.*

Patricia Lurcovich. *Profesora del Departamento de Relaciones Públicas.*

Fabiola Knop. *Profesora del Departamento de Publicidad.*

Carlos Morán. *Profesor del Departamento de Diseño Gráfico.*

Estela Reca. *Profesora del Departamento de Diseño de Interiores.*

Pedro Reissig. *Profesor del Departamento de Diseño Industrial.*

Textos en Portugués

Analiá Jaccoud

Diseño

Constanza Togni

Guadalupe Sala

Web

Bárbara Echevarría

1° Edición.

Cantidad de ejemplares: 300

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

Octubre 2006.

Impresión: Imprenta Kurz.

Australia 2320. (C1296ABB) Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

ISSN 1668-5229

Universidad de Palermo

Rector

Ricardo Popovsky

Facultad de Diseño y Comunicación

Decano

Oscar Echevarría

Escuela de Diseño

Secretario Académico

Jorge Gaitto

Escuela de Comunicación

Secretario Académico

Jorge Surraco

Centro de Estudios en Diseño y Comunicación

Coordinadora

Estela Pagani

Centro de Producción en Diseño y Comunicación

Coordinadora

Daniela Di Bella

Los trabajos de estudiantes que integran esta publicación constituyen ejercicios académicos de cátedras, sin fines comerciales. Se deja constancia que el uso de marcas, inclusión de opiniones, citas e imágenes es de absoluta responsabilidad de sus autores quedando la Universidad de Palermo exenta de toda responsabilidad al respecto.

La familia tipográfica empleada en el diseño de tapa de este número, es obra de Malen Fernández, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico UP. El trabajo fue realizado en la Cátedra del profesor Diego Pérez Lozano y obtuvo una mención en el Concurso Creatividad Tipográfica (2004).

Se autoriza su reproducción total o parcial, citando las fuentes. El contenido de los artículos es responsabilidad de los autores.

9



1886 SCA 2006

Creación y Producción en Diseño y Comunicación [Trabajos de estudiantes y egresados]

Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo
Centro de Estudios en Diseño y Comunicación (CED&C).
Centro de Producción en Diseño y Comunicación (CPDC).
Buenos Aires, Argentina
Octubre 2006

Creación y Producción en Diseño y Comunicación [Trabajos de estudiantes y egresados] es una línea de publicación semestral del Centro de Estudios y del Centro de Producción de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. La publicación reúne trabajos desarrollados por estudiantes y egresados de las diferentes carreras de la Facultad. Las producciones (teórico, visual, proyectual, experimental y otros) se organizan en relevamientos y recopilaciones bibliográficas, catálogos, guías entre otros soportes. La línea editorial refleja los estándares de calidad del desarrollo de la currícula evidenciando la diversidad de abordajes temáticos y metodológicos realizados por estudiantes y egresados, con la dirección y supervisión de los docentes de la Facultad. Los trabajos son seleccionados por el claustro académico y evaluados para su publicación por el Comité de Arbitraje de la Serie.

Facultad de Diseño y Comunicación.
Universidad de Palermo.
Buenos Aires, Argentina.
Octubre 2006.

Introducción	p. 10
Historia de la Sociedad Central de Arquitectos	p. 11
Rediseño de marca. Proyectos premiados	p. 13
Rediseño de marca. Catálogo de proyectos participantes	pp. 14-16
Brand Book. Proyectos premiados	pp. 17-53
Brand Book. Proyectos participantes	pp. 54-64
Publicaciones del CED&C.....	pp. 67-72

Rediseño de marca y Brand Book para la Sociedad Central de Arquitectos

Resumen / Rediseño de marca y Brand Book para la Sociedad Central de Arquitectos

Dentro del Ciclo de Desarrollo Profesional de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, los alumnos de la orientación Imagen Empresaria de la Carrera de Diseño, desarrollaron proyectos destinados a proveer un sistema de Identidad Corporativa y un Brand Book para la identificación y gestión de imagen para la Sociedad Central de Arquitectos.

Palabras clave

Brand Book - discurso institucional - diseño - imagen empresaria - imago - rediseño de marca - Sociedad Central de Arquitectos - territorio de marca

Summary / Brand redesign and Brand Book-Architects Central Society

Inside the Professional Development Cycle of the Design and Communication Faculty of the University of Palermo, the students from the Company Image orientation of the Design degree, made projects to provide a Corporate Identity System and a Brand Book for the identification and image management for the Architects Central Society.

Key words

Brand Book - Brand territory - design - image industrialist - imago - institutional speech - redesign of brand - Architects Central Society

Resumo / Redesign Do Tipo e Tipo Livro-Sociedade Da Central De Architecs

Dentro do Ciclo de Desenvolvimento Profissional da Faculdade de Design e Comunicação da Universidade de Palermo, os alunos da orientação Imagem Empresária do Curso Design desenvolveram projetos destinados a prover um Sistema de Identidade Corporativa e um Brand Book para identificação de imagem para Sociedade da Central de Architecs

Palavras-chave

Brand Book - design - discurso institucional - imago - industrialist da imagem - redesign tipo - Sociedade da Central de Architecs - território do tipo

Creación y Producción en Diseño y Comunicación [Trabajos de estudiantes y egresados], N° 9 (2006) ISSN 1668-0227

Dentro del Programa Trabajos Reales para Clientes Reales que la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo lleva adelante, los alumnos del cuarto año de la Carrera de Diseño Gráfico, orientación Imagen Empresaria, y a solicitud de la Sociedad Central de Arquitectos realizaron, durante el primer cuatrimestre de 2006, propuestas de rediseño de la marca y brand book para dicha asociación profesional. Crear una marca es un hecho que trasciende la simple construcción de un signo gráfico identificador, es determinar los componentes constitutivos de una experiencia palpable y cotidiana. Define y establece un modo de ver y presentarse al mundo, asumiendo un compromiso explícito desde el discurso y la gestión del mismo, proporcionando un contexto de previsibilidad en la relación con su audiencia a través de un contrato tácito definido por las comunicaciones que realiza. Para Joan Costa (2004), "crear, construir, gestionar las marcas es una faceta de lo que llamamos la gestión de los intangibles. Porque lo que se gestiona está, de hecho, más allá -y va más lejos- de los productos, su materialidad, su utilidad y las prestaciones que les ofrecen a los consumidores y la satisfacción que éstos sienten. Lo que se gestiona, es más que la marca. Es su imago." Ese imago incluye al signo gráfico y lo sustenta en toda su dimensión a través del desarrollo de una plataforma de marca que se materializa en un documento -brand book- que establece el universo simbólico que la sostiene, otorgándole una definición perceptible a los intangibles que le dan vida y significado; "los intangibles de la marca son aquellos conceptos como el simbolismo, el significado, el discurso emocional, los mensajes, la identidad, la personalidad, la cultura, la reputación, el lado social, es decir: Los valores que se acumulan configurando el imago. Y que -lo más importante- encarnan en ella una proyección del ser como en un espejo imaginario del yo." (id 2004)

La Sociedad Central de Arquitectos, por tratarse de una organización que reúne profesionales de la arquitectura con el fin de difundir y sostener dicha profesión, requería de un rediseño de su actual signo identificador y, al mismo tiempo, la construcción de las bases que sostengan su discurso institucional.

La problemática de las asociaciones profesionales, por su carácter de entidades civiles sin fines de lucro, conforman un universo de marcas que se diferencian -por el tipo de acercamiento con su audiencia- de aquellas marcas de empresas, servicios o productos que apuntan al mercado de consumo. La definición de un estilo, cultura o modo de ser, va de la mano del tipo de posicionamiento que la SCA busca instalar en el imaginario colectivo, dejando de lado la venta para enfocarse en el vínculo.

Pero como "una marca no es lo que tu dices que es, es aquello que los otros dicen que eres" (Neumeier 2003), no alcanza con definir únicamente los aspectos claves a comunicar, sino que deberá interpretar aquellos factores que hacen que el discurso de la marca sea unívoco, para transformarlos en un hecho sensible que se comparta con su audiencia.

Marty Neumeier dice al respecto que "una marca es un buen sentimiento acerca de un producto, servicio, o compañía. Es un buen sentimiento porque somos emocionales, intuitivos..." y agrega "...es el buen sentimiento de las personas, porque en definitiva las marcas son definidas por individuos, no por compañías, mercados o por el llamado público en general. Cada persona crea su propia versión de ella."

De este modo, el proyecto realizado por la Cátedra buscó proveer a la Sociedad Central de Arquitectos de un signo gráfico identificador, al mismo tiempo que propuso la creación de un territorio de marca en el que los aspectos culturales y los valores que la institución vive y comunica, lleguen claramente a su audiencia para ser compartidos, experimentados y sostenidos a través del tiempo.

Bibliografía

- Costa, Joan (2004) *La imagen de marca. Un fenómeno social*. Buenos Aires: Paidós.
- Neumeier, Marty (2003) *The brand gap. How to bridge the distance between business strategy and design*. AIGA / New Riders.

La entidad gremial de los arquitectos fue fundada el 18 de marzo de 1886 con la participación de diez miembros: Carlos A. Altgelt, Otto Von Arnim, Joaquín Belgrano, Ernesto Bunge, Juan Martín Burgos, Juan Antonio Buschiazzi, Adolfo Büttner, Julio Dormal, Enrique Joostens y Fernando Moog, quienes firman el impreso constitutivo de sus Estatutos.

La pérdida del primer libro de Actas (1886-1888), que guardara el secretario Joaquín Belgrano y que se dispersara con su biblioteca cuando falleció en 1901, nos impide hoy reconstruir paso a paso lo que fue la gesta fundadora de la entidad.

Nos quedan, sin embargo, documentos excepcionales para comprender sus objetivos como las Bases y el Reglamento General de la Sociedad de Arquitectos, que suscriben los fundadores, y el Arancel de Honorarios que promueven Ernesto Bunge en su calidad de Presidente y Joaquín Belgrano como Secretario.

Del análisis de sus objetivos surge clara la tarea gremial como centro de las aspiraciones de la nueva Sociedad de Arquitectos. Los cinco aspectos mencionados: Honorarios; arbitraje judicial; establecimientos de relaciones laborales

con propietarios, empresarios y artesanos; jerarquización y defensa de la propiedad intelectual, encarnan un conjunto de aspectos que se vinculan al ejercicio operativo del profesional arquitecto.

Los medios definidos por la entidad para el logro de estos fines, como el arancelamiento de los honorarios y la reglamentación de la profesión, incluyen a la vez el sentido de contralor y la creación de igualdad de oportunidades, apelando, por una parte, a la solidaridad interna ("no emplear a ningún industrial que haga uso abusivo de modelos o dibujos pertenecientes a los miembros de la Sociedad") y reclamo, a la vez, la imprescindible conducta y honorabilidad (alerta sobre no tomar parte en concursos "que no ofrezcan garantías morales").

Curiosamente, la nueva Sociedad no aspiraba a concretar una sede fija e, inclusive, especifica que "no tendrá provisoriamente local determinado, pudiendo tener sus reuniones en casa de cualquiera de sus miembros, alternativamente."

(www.socearq.org.ar/nota.cfm/n.55.htm [Extraído el 11.09.2006])

/ Rediseño de marca. Proyectos premiados



1°

Primer Premio
Jorge Valverde
Francisco Camino Mora



2°

Segundo Premio
Roger Paredes



3°

Tercer Premio
María Laura Verano



a



b

Menciones
a. Carolina Ruda
Magdalena Moreso
b. Yanina Arabena
Silvina Salatino Aguirre

/ Rediseño de marca. Catálogo de proyectos participantes



a



b



c



d



e



f



g



h



i

a. Jorge Valverde / Francisco Camino

d. Martina Mut

g. Yanina Arabena / Silvina Salatino Aguirre

b. Roger Paredes

e. Carolina Ruda / Magdalena Moreso

h. Pablo Ainciart / Sebastián Wehl

c. María Laura Verano

f. N. Altube / B. Florena / V. Gómez / M. Imai

i. Pablo Ainciart / Sebastián Wehl



j



k



l



m



n



o



p



q



r

j. Yanina Arabena / Silvina Salatino Aguirre

m. Pablo Ainciart / Sebastián Weihl

p. Carolina Ruda / Magdalena Moreso

k. Ilana Bruschtein

n. Yanina Arabena / Silvina Salatino Aguirre

q. Carolina Ruda / Magdalena Moreso

l. G. del Pontigo / J. Stutzer / J. Torres

o. N. Altube / B. Florena / V. Gómez / M. Imai

r. V. Ciarlantini / G. Viteri / C. Guerrero / L. Gutiérrez

/ Rediseño de marca. Catálogo de proyectos participantes (Cont.)



s



t



u



v



w

s. Manuela Durañona y Vedia

v. Jorge Valverde / Francisco Camino

t. Ilana Bruschtein

w. Jorge Valverde / Francisco Camino

u. Ilana Bruschtein

/ Brand Book. Proyectos premiados



1° Premio
Jorge Valverde
Francisco Camino Mora

pp. 18-29



2° Premio
Roger Paredes

pp. 30-39



3° Premio
María Laura Verano

pp. 40-44











Valores funcionales

RESPALDO	Una sociedad que representa al arquitecto
HISTORIA	Vasta trayectoria, muchos recuerdos y acciones
RIGUROSA	Somos un mediador, reguladores de derechos equitativos
VANGUARDIA	Avanzamos, exploramos nuevos rumbos, renovamos nuestros pasos

Valores emocionales

CONFIANZA	Creemos en nuestros integrantes, en su capacidad de desarrollo
ORGULLO	De ser lo que somos, de nuestro legado y de nuestras acciones
EXPRESIÓN	Decimos lo que tenemos que decir en el momento y lugar que fuere

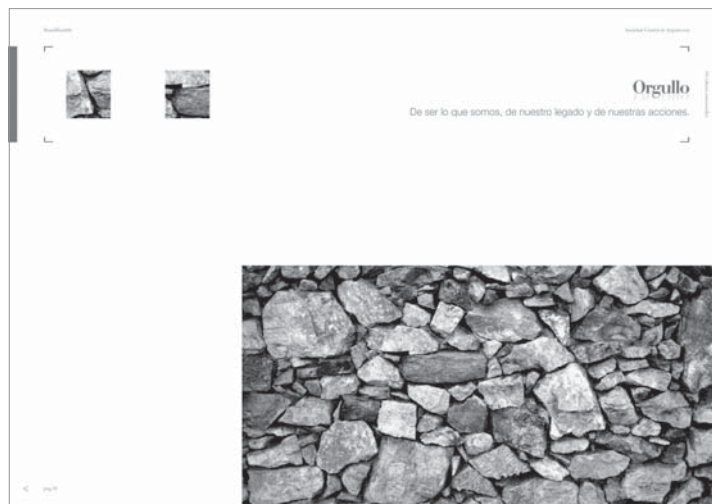
Valores centrales

PERTENENCIA	El amor común por lo que hacemos y creamos
SOLIDARIA	Ayuda y compromiso sin perseguir un beneficio propio
DESARROLLO Y PROGRESO	Generar y promover ideas juntos, siempre mirando hacia adelante
INTEGRACIÓN	En donde reunimos pensamientos, propuestas, criterios y sentimientos que hacen el presente pensando en nuestro futuro

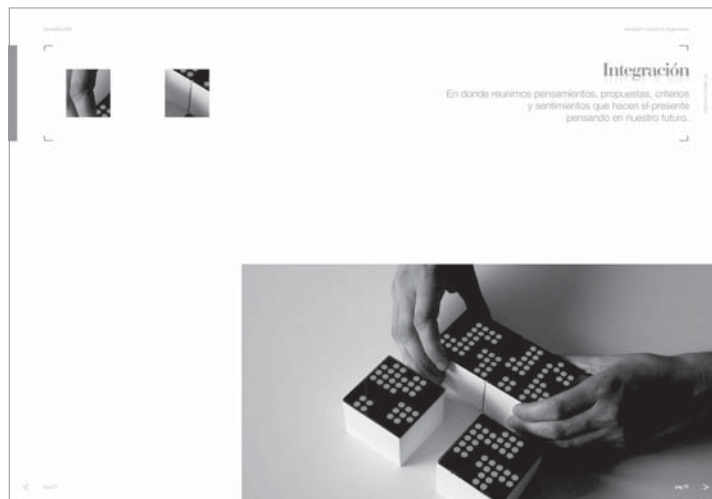
Valores Funcionales

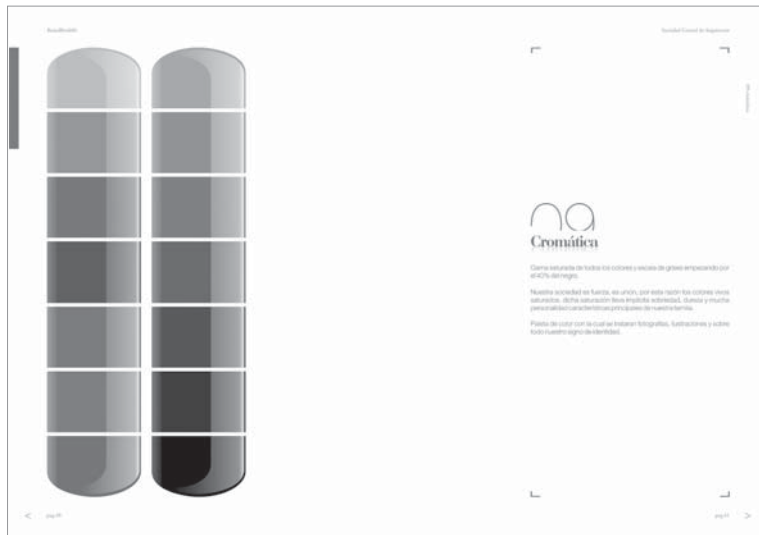
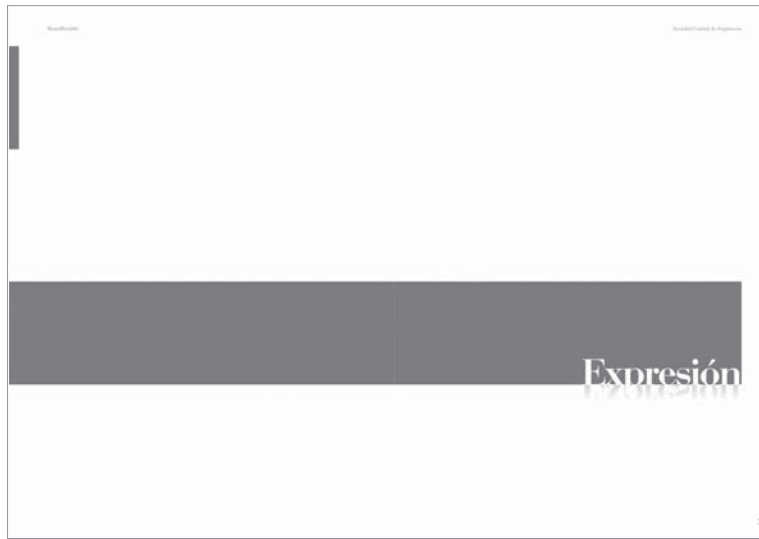


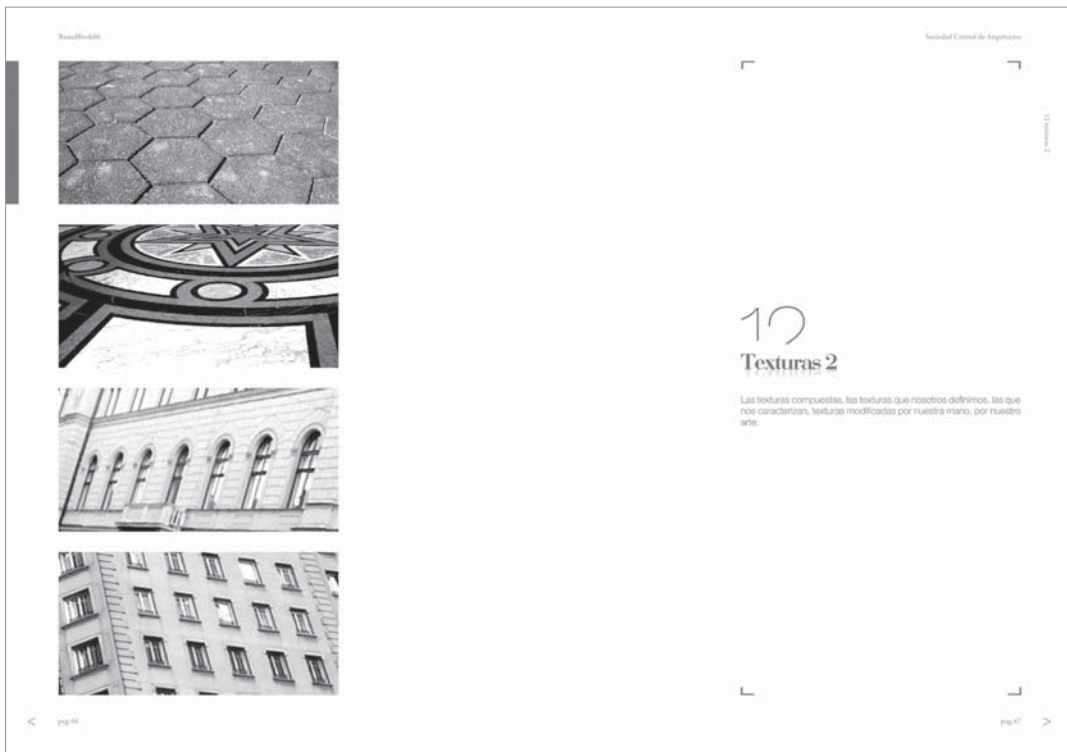
Valores Emocionales



Valores Centrales









SCA

Sociedad Central de Arquitectos



Noticias
Concursos
Cursos
Publicaciones

Lunes, 15 de Agosto 2006

buscar

- Home
- Institucional
- Biblioteca
- NVNA
- CRCC
- Marq
- Servicios
- CISCA
- Articulos
- Enlaces
- CESCA
- CEDE
- CEDU
- CIAHG
- CATEVI

Noticias

▼

NUEVAS VISIONES NUEVAS ARQUITECTURAS: ROZENWASSER / ARRAIGADA

El miércoles 14 de junio a las 19 continuará el ciclo Nuevas visiones, nuevas arquitecturas, que se realiza en el Marq, Avda. del Libertador y Callao, con la presencia de los arquitectos Pablo Rozenwasser y Diego Arraigada, autor de la casa de la foto. Como es habitual, la charla se prolongará con un brindis. Entrada libre y gratuita. El ciclo está auspiciado por la Universidad de Palermo, Stieglitz, Hydro Aluminium, Arqimat, Sintplast, BGH, Giesse Group Argentina y Burletex.

Informes 4812 3986/5856, info@socearq.org.



▼

NEXt 2006. ILUMINACION

El miércoles 14 de junio a las 19 continuará el ciclo Nuevas visiones, nuevas arquitecturas, que se realiza en el Marq, Avda. del Libertador y Callao, con la presencia de los arquitectos Pablo Rozenwasser y Diego Arraigada, autor de la casa de la foto. Como es habitual, la charla se prolongará con un brindis. Entrada libre y gratuita. El ciclo está auspiciado por la Universidad de Palermo, Stieglitz, Hydro Aluminium, Arqimat, Sintplast, BGH, Giesse Group Argentina y Burletex.

Informes 4812 3986/5856, info@socearq.org.



▼

BIENAL INTERNACIONAL DE ARQUITECTURA DE VENECIA

La Bienal Internacional de Arquitectura de Venecia, en la que participará la Argentina mediante un envío organizado por la Sociedad Central de Arquitectos, designada por la Cancillería a tal fin, que cuenta con el auspicio del GCBA, Municipalidad de Rosario y Ternium Siderar, se llevará a cabo de septiembre a noviembre de este año, dirigida por el arquitecto urbanista Richard Burdett, fundador y director de un programa de investigación y docencia en la London School of Economics creado con la finalidad de explorar las relaciones entre arquitectura, diseño urbano y sociedad. Este arquitecto británico cuenta con más de 20 años de



Primera Mano

▼

BICENTENARY CULTURAL CENTRE INTERNATIONAL COMPETITION. CALL FOR ENTRIES. SCOPE / BRIEF OUTLINE

The Federal Planning, Public Investment and Services Ministry (MPF), the National Culture Secretary (SCN) and the Government of the Autonomous City of Buenos Aires (GCABA), as promoting entities, and the Central Society of Architects (SCA), which address is 938 Montevideo Street in Buenos Aires, as organizer entity, call for entries for the International Design Competition for the Bicentennial Cultural Centre and ideas to adequate its urban environment

▼

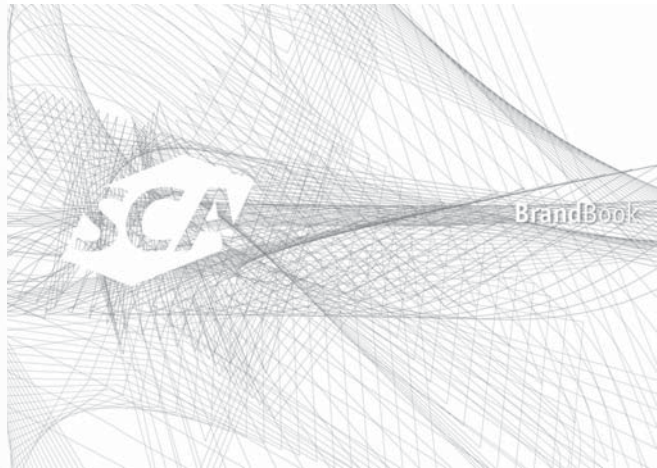
LLAMADO A CONCURSO INTERNACIONAL - CENTRO CULTURAL BICENTENARIO. ALCANCES Y ESQUEMA DE PRORGAMA

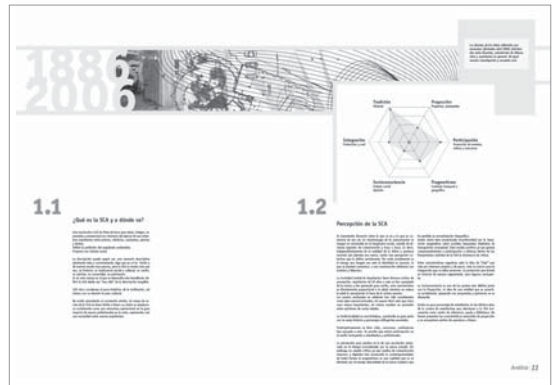
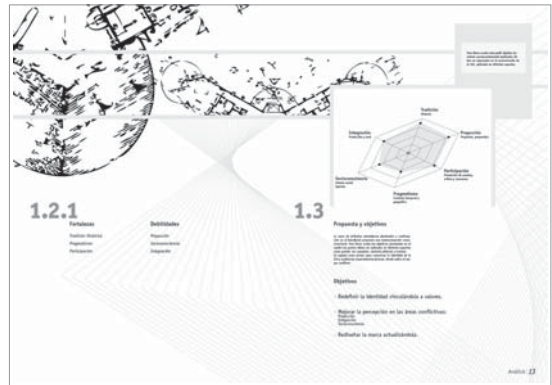
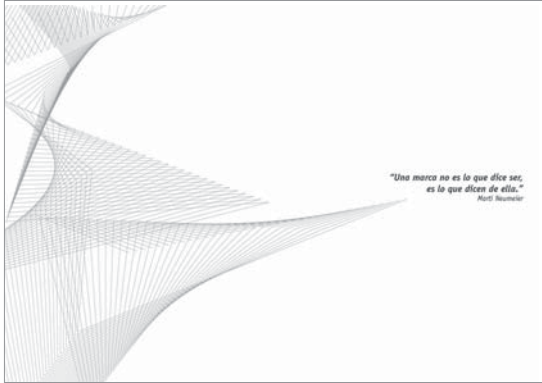
El Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios (MPF), la Secretaría de Cultura de la Nación (SCN) y el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (GCABA), en su carácter de "Entidad promotora" y la Sociedad Central de Arquitectos, con domicilio en la calle Montevideo 938 de la ciudad autónoma de Buenos Aires, como "Entidad Organizadora", llaman a: Concurso Internacional de anteproyectos para el

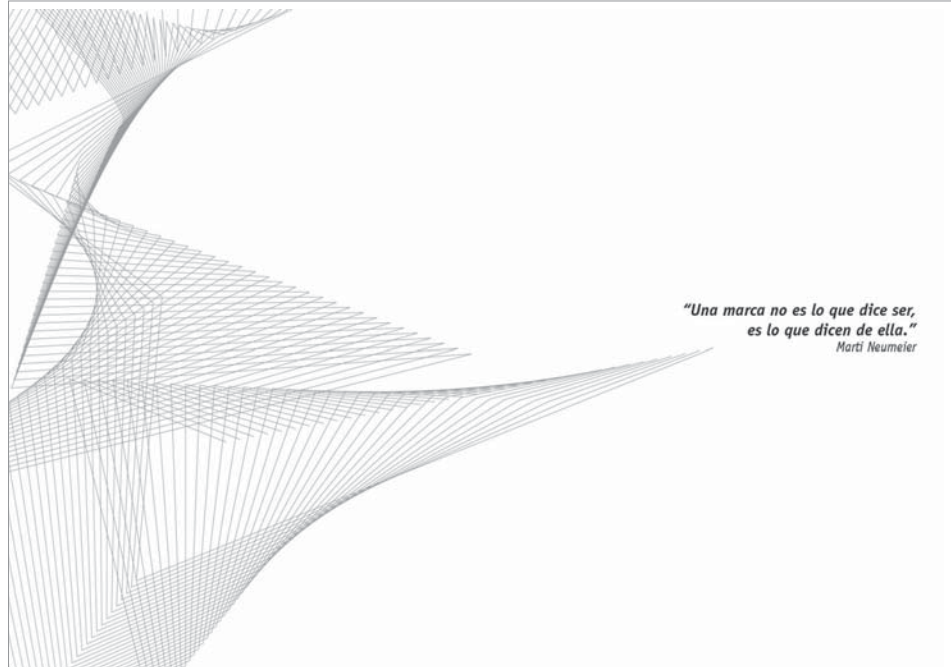










*"Una marca no es lo que dice ser,
es lo que dicen de ella."
Marti Neumeier*

1886 2006

Los planos de los datos obtenidos son propiedad de la SCA. Todos los derechos reservados. No se permite su reproducción, distribución o uso sin el consentimiento escrito de la SCA. Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.

1.1

¿Qué es la SCA y a dónde va?

Una asociación civil sin fines de lucro que reúne, dirige, administra y promueve la labor del grupo de sus miembros que operan en los sectores de urbanismo, arquitectura, ingeniería y diseño. Refleja la profesión del arquitecto ecuatoriano. Programa con identidad social.

La descripción puede seguir así, una memoria descriptiva que incluye una introducción, una descripción de la obra y de sus partes más importantes, una descripción de la obra en su totalidad, una descripción social y cultural, un perfil, un análisis, un diagnóstico, un programa, un presupuesto, un cronograma, un plan de trabajo, un plan de ejecución, un plan de mantenimiento, un plan de evaluación, un plan de cierre, un plan de seguimiento y un plan de cierre.

120 años conforman el peso histórico de la institución, un hito que no debemos olvidar.

No existe momento en el desarrollo de la obra de la SCA que no haya un hito o hitos que sirvan de hitos de desarrollo como un hito que representa el hito de la obra de la SCA desde sus "veinte años" de la descripción temporal.

1.2

Percepción de la SCA

Tradición: Historia, valores, identidad.

Proyección: Proyecto, propuestas.

Participación: Participación de miembros, oferta y concurrencia.

Pragmatismo: Contacto temporal y espacial.

Sociocoseciencia: Interacción social.

Integración: Potencial y vital.

Es importante distinguir entre lo que se es y lo que se cree. La percepción de la SCA es el resultado de la interacción de los factores de tradición, proyección, participación, pragmatismo, sociocoseciencia e integración. Esto resulta positivo ya que genera un equilibrio y una percepción de la SCA que es realista y efectiva.

La percepción de la SCA es el resultado de la interacción de los factores de tradición, proyección, participación, pragmatismo, sociocoseciencia e integración. Esto resulta positivo ya que genera un equilibrio y una percepción de la SCA que es realista y efectiva.

La percepción de la SCA es el resultado de la interacción de los factores de tradición, proyección, participación, pragmatismo, sociocoseciencia e integración. Esto resulta positivo ya que genera un equilibrio y una percepción de la SCA que es realista y efectiva.





Valores funcionales

PRAGMATISMO
ECLECTICISMO
PROTECCION
TRADICION

Valores emocionales

CAMARADERIA
OPINION CRITICA
PROYECCION

Valores centrales

INTEGRACION
SOCIOCONCIENCIA
PROGRESISMO



Valores Funcionales



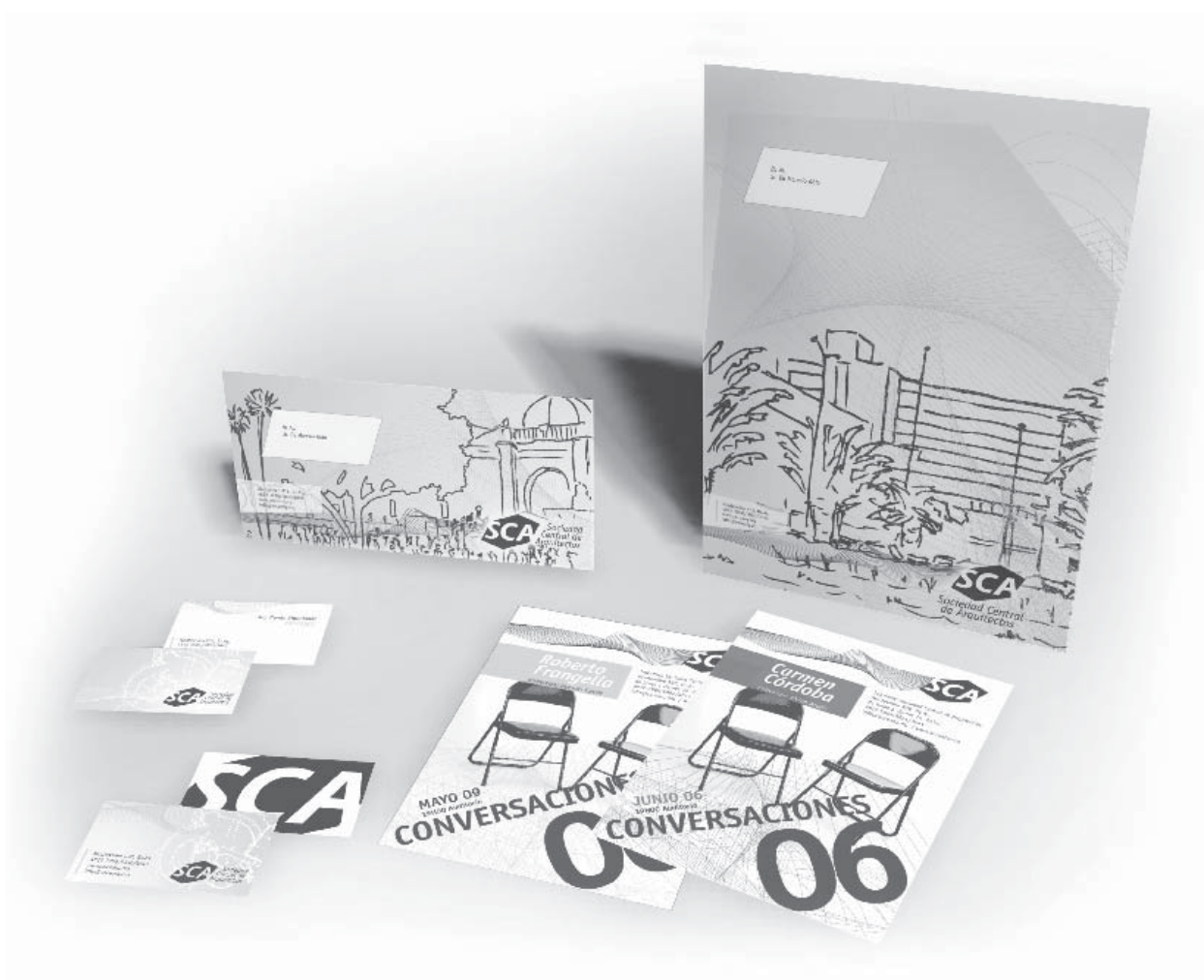
Valores Emocionales



Valores Centrales

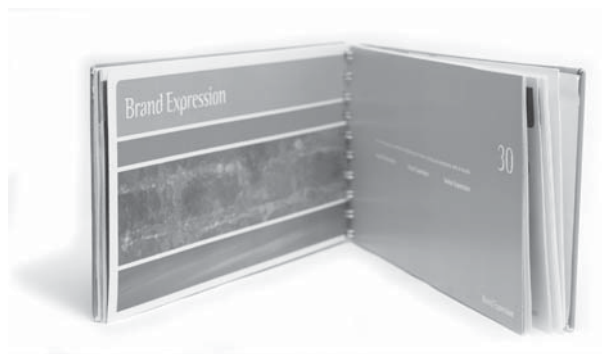






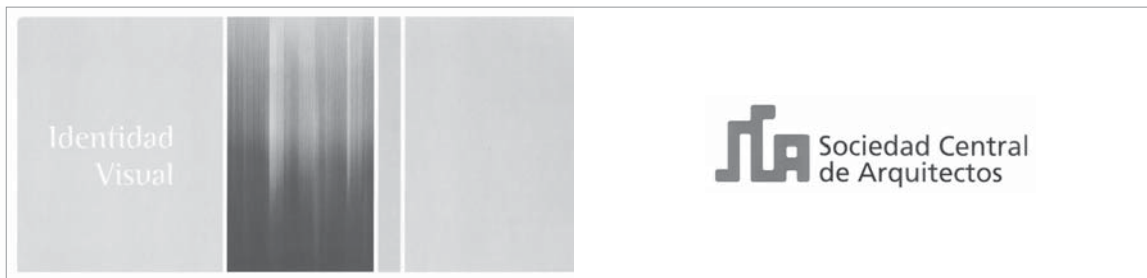
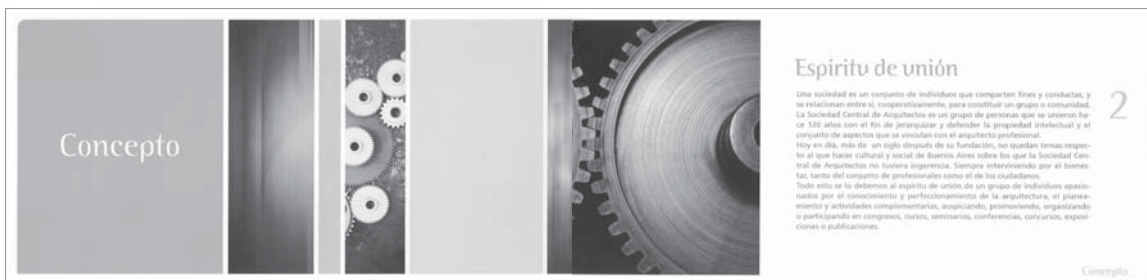








Indice		<ul style="list-style-type: none"> 1 Concepto 3 Misión 5 Visión 7 Brand Values <ul style="list-style-type: none"> 9 Valores Funcionales 13 Valores Emocionales 17 Valores Centrales 21 Brand Positioning 25 Brand Story 29 Brand Expression <ul style="list-style-type: none"> 31 Brand Personality 35 Visual Expression 43 Verbal Expression 45 Identidad Visual 55 Anexo
--------	--	---





Valores funcionales

DEFENSA
UNION
DIFUSION

Valores emocionales

UNION / DINAMISMO
IDENTIDAD / ORGULLO / TRADICION
PASION / RESPONSABILIDAD

Valores centrales

TRADICIONES / COSTUMBRES
PATRIMONIO / HERENCIA
INTEGRIDAD / TRABAJO

Valores Funcionales




Difusión 12

Estimular el conocimiento y perfeccionamiento de la arquitectura, el planeamiento y actividades complementarias, auspiciando, promoviendo, organizando o participando en congresos, cursos, seminarios, conferencias, concursos, exposiciones, publicaciones o cualquier otro medio destinado a tal fin.

Brand Values

Valores Emocionales




Unión - Dinamismo 14

Los Arquitectos que integran la Sociedad Central es gente dinámica, que valora el trabajo en equipo y que, juntos, trabajan por la profesión y el futuro de la arquitectura.

Brand Values

Valores Centrales



19 Patrimonio - Herencia

La Sociedad es una institución comprometida con la conservación del patrimonio nacional y tiene una participación activa para el bienestar social de la gente.

Brand Values





Mención
Yanina Arabena
Silvina Salatino Aguirre

pp. 46-49



SOCIEDAD CENTRAL
DE ARQUITECTOS

Mención
Carolina Ruda
Magdalena Moreso

pp. 50-53

Introducción



Historia

La entidad gremial de los arquitectos fue fundada el 18 de marzo de 1886 con la participación de diez miembros: Carlos A. Altgelt, Otto Von Arnim, Joaquín Belgrano, Ernesto Bunge, Juan Martín Burgos, Juan Antonio Buschiazzo, Adolfo Büttner, Julio Dormal Enrique Joostens y Fernando Moog, quienes firman el impreso constitutivo de sus Estatutos.

La pérdida del primer libro de Actas (1886-1888), que guardara el secretario Joaquín Belgrano y que se dispersara con su biblioteca cuando falleció en 1901, nos impide hoy reconstruir paso a paso lo que fue la gesta fundadora de la entidad.

Nos quedan, sin embargo, documentos excepcionales para comprender sus objetivos como las Bases y el Reglamento General de la Sociedad de Arquitectos, que suscriben los fundadores, y el Arancel de Honorarios que promueven Ernesto Bunge en su calidad de Presidente y Joaquín Belgrano como Secretario.

Del análisis de sus objetivos surge clara la tarea gremial como centro de las aspiraciones de la nueva Sociedad de Arquitectos. Los cinco aspectos mencionados: honorarios; arbitraje judicial;

establecimientos de relaciones laborales con proletrarios, empresarios y artesanos; jerarquización y defensa de la propiedad intelectual, encarnan un conjunto de aspectos que se vinculan al ejercicio operativo del profesional arquitecto.

Los medios definidos por la entidad para el logro de estos fines, como el arancelamiento de los honorarios y la reglamentación de la profesión, incluyen a la vez el sentido de contralor y la creación de igualdad de oportunidades, apelando, por una parte, a la solidaridad interna [“no emplear a ningún industrial que haga uso abusivo de modelos o dibujos pertenecientes a los miembros de la Sociedad”] y reclamando, a la vez, la imprescindible conducta y honorabilidad [alerta sobre no tomar parte en concursos “que no ofrezcan garantías morales”].

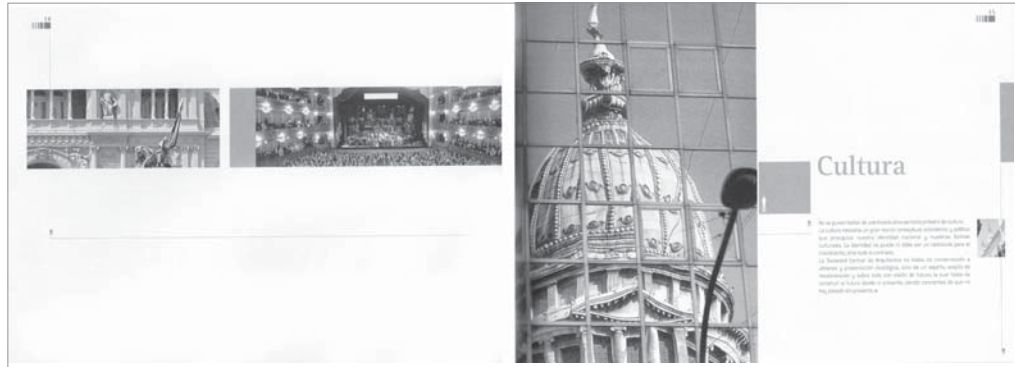
Curiosamente, la nueva Sociedad no aspiraba a concretar una sede fija e, inclusive, especifica que “no tendrá provisoriamente local determinado, pudiendo tener sus reuniones en casa de cualquiera de sus miembros, alternativamente”.



“
Nada para explicar,
todo para sentir y maravillarse”



Valores Funcionales



Valores Emocionales



Valores Centrales





Valores funcionales

TRAYECTORIA / HISTORIA

CULTURA

ARQUITECTURA

Valores emocionales

PASION

CREATIVIDAD

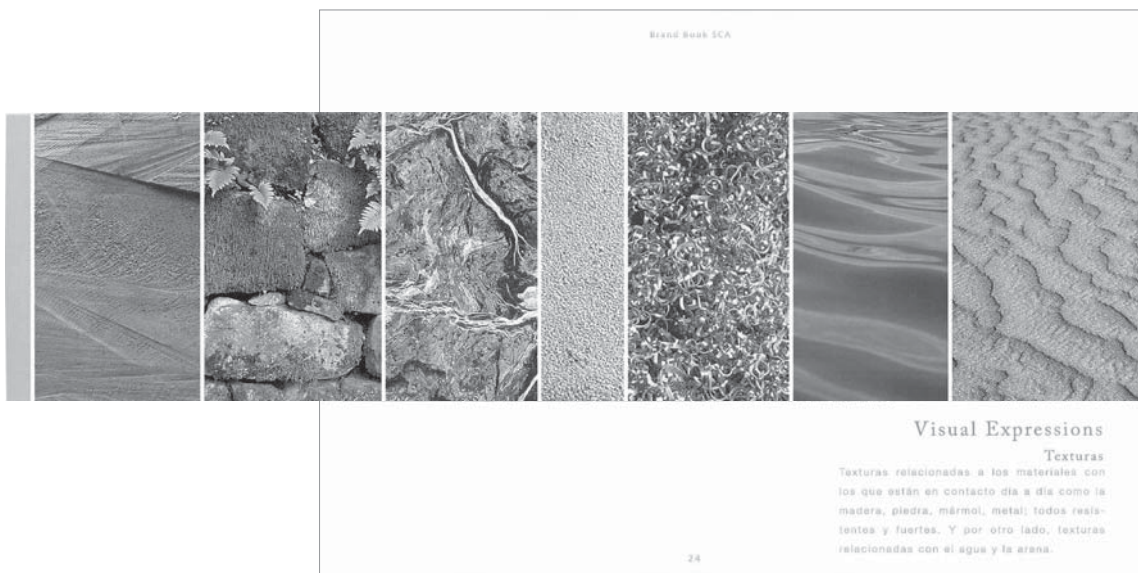
UNION

Valores centrales

DIVERSIDAD

DIFUSIÓN

PROFESIONALISMO





Valores funcionales

CONOCIMIENTOS
PERTENENCIA
PRESTIGIO
DIFUSION

Valores emocionales

TRADICION
TRANSMISION GENERACIONAL
PASION
BIENESTAR

Valores centrales

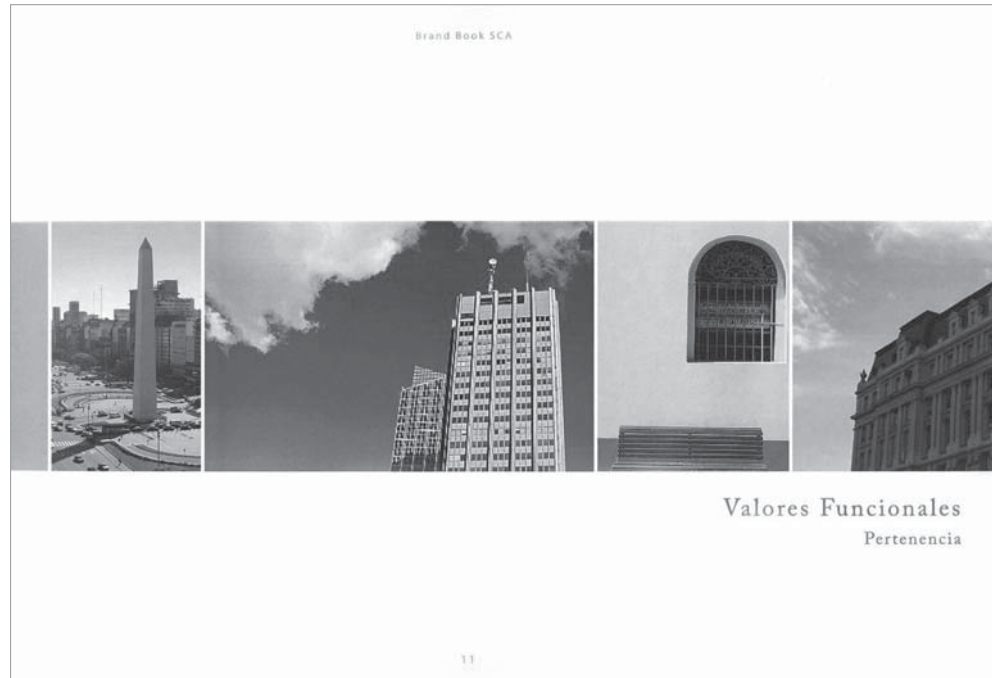
UNION
ORGULLO
EVOLUCION
TRAYECTORIA

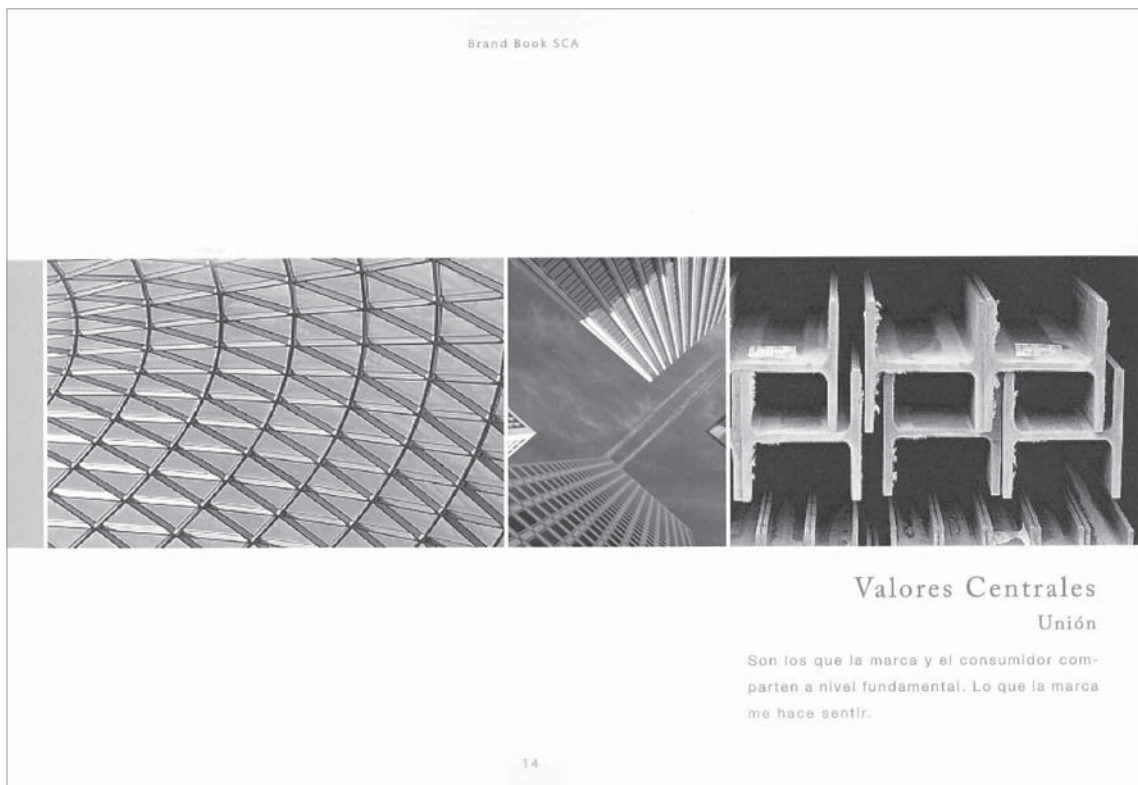


SOCIEDAD CENTRAL
DE ARQUITECTOS

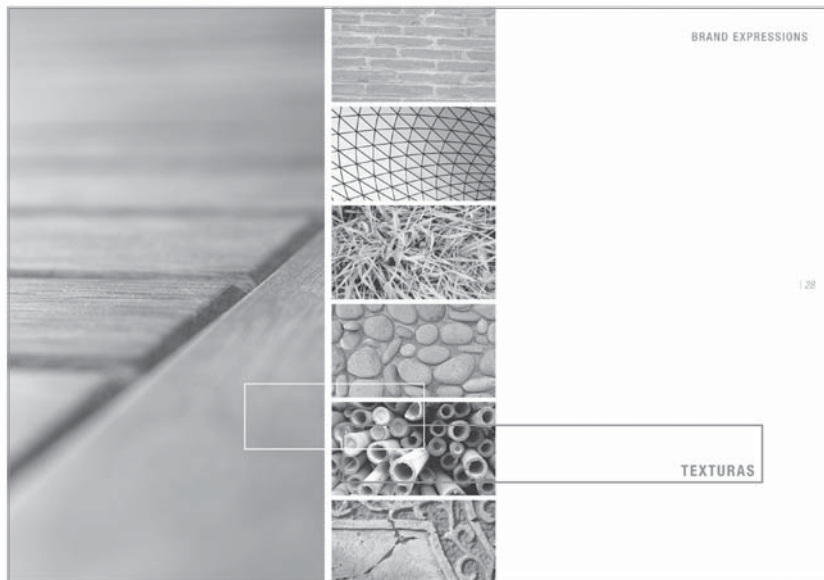
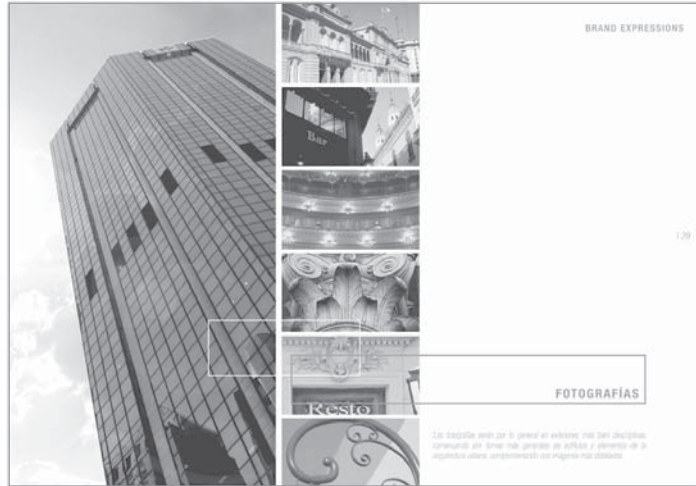
Mención: Carolina Ruda / Magdalena Moreso

Valores funcionales, emocionales y centrales















Valores funcionales

HISTORIA / TRADICION
CRECIMIENTO
NACIONALISMO
HUMANIDAD
ESPACIO FISICO

Valores emocionales

PERTENENCIA
INTEGRACION / FUSION / UNION
VALORACION
SENTIMIENTO COMPARTIDO
AMISTAD

Valores centrales

INNOVACION
PASION
ORGULLO
FIDELIDAD
UNION SINERGICA / TRABAJO EN
EQUIPO





Análisis. Basándose en los ejes centrales planteados para el desarrollo de la marca de la Sociedad Central de Arquitectos, surge un concepto rector para la identidad visual: la pertenencia.

Luego de la crisis económica de 2001 que sufrió nuestro país, podemos observar un factor predominante en muchos ámbitos, como por ejemplo, la Sociedad Central de Arquitectos en donde los socios al ser afectados por la economía del país fueron víctimas de la toma de conciencia de una realidad distinta en donde tuvieron que replantear su trabajo y su economía no pensando en sociedad, sino en las necesidades económicas de cada uno de ellos, así fue como muchos de los socios que pertenecían a la sociedad dejaron de serlo.

Hoy pasada la crisis, y en un momento en que la construcción se encuentra en auge, la Sociedad Central de Arquitectos se replantea una nueva imagen de marca con el objetivo de recuperar esos viejos socios que dejaron de serlo luego de la crisis y captar nuevos socios, jóvenes recién recibidos con una nueva visión de la arquitectura.

Para esto es importante concientizar a los arquitectos de la importancia que tiene el pertenecer a la sociedad y todo lo que ello implica.

SCA BRANDBOOK 03



Análisis	03
Claim	05
Valores Funcionales	06
Valores Emocionales	13
Valores Centrales	18
Brand Positioning	23
Brand Story	25
Brand Personality	27
Brand Expression	29
Identidad visual	34
Anexos	44



Valores funcionales

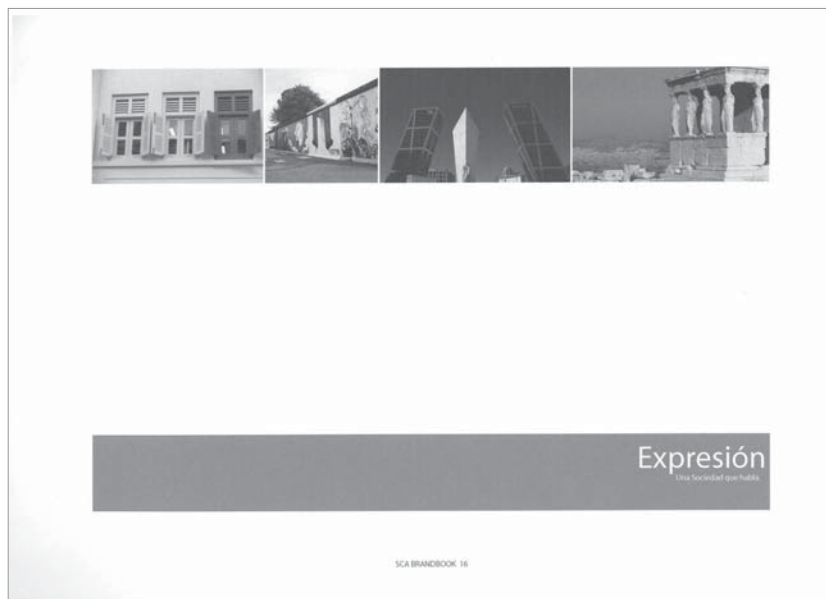
DIFUSION
INTEGRACION
OPINION
PROMOCION
TRANSMISION
INTERCAMBIO

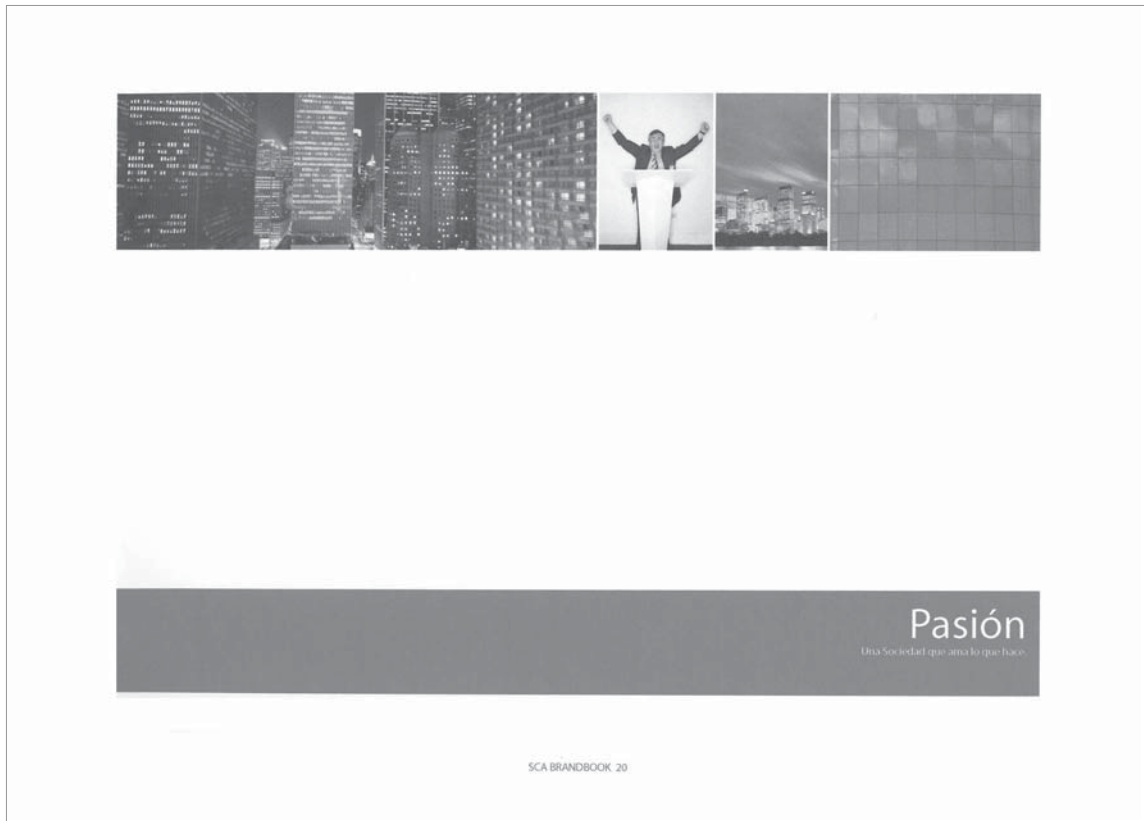
Valores emocionales

ORGULLO
INTEGRACION
EXPRESION
ACCION

Valores centrales

EVOLUCION
PASION
PERTENENCIA
COMPAÑERISMO







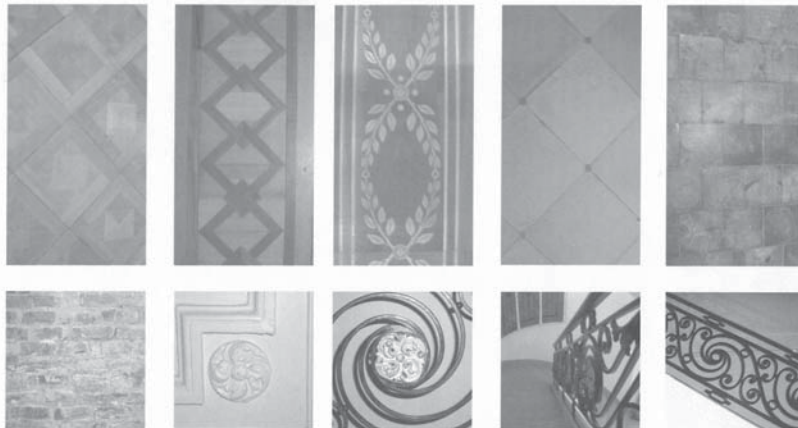
Fotografías 1. Registro del entorno. Fotografías de edificios, panorámicas que tomen a su entorno, mostrando el contraste en su contexto.



Fotografías 2. Registro de detalles. Fotografías en detalle de la arquitectura donde claramente se diferencia lo principal de la misma.

Fotografías

SCA BRANDBOOK 31



Texturas Provenientes de la arquitectura.

Texturas

Son elementos expresivos que transmiten sensaciones, tanto a la vista como a todos los sentidos.

SCA BRANDBOOK 30

Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: Sylvia Valdés. **Diseño y Comunicación. Investigación de posgrado y hermenéutica.** Daniela Chiappe. **Medios de comunicación e-commerce. Análisis del contrato de lectura.** Mariela D'Angelo. **El signo icónico como elemento tipificador en la infografía.** Noemí Galanternik. **La intervención del Diseño en la representación de la información cultural: Análisis de la gráfica de los suplementos culturales de los diarios.** María Eva Koziner. **Diseño de Indumentaria argentino. Darnos a conocer al mundo.** Julieta Sepich. **La pasión mediática y mediatizada.** Julieta Sepich. **La producción televisiva. Retos del diseñador audiovisual.** Marcelo Adrián Torres. **Identidad y el patrimonio cultural. El caso de los sitios arqueológicos de la provincia de La Rioja.** Marcela Verónica Zena. **Representación de la cultura en el diario impreso: Análisis comunicacional.** Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. (2006) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 22, noviembre. Con Arbitraje. ISSN 1668-0227.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: Oscar Echevarría. **Proyecto Maestría en Diseño.** Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. (2006) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 21, julio. Con Arbitraje. ISSN 1668-0227.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: Rosa Chalkho. **Arte y tecnología.** Francisco Ali-Brouchoud. **Música: Arte.** Rodrigo Alonso. **Arte, ciencia y tecnología. Vínculos y desarrollo en Argentina.** Daniela Di Bella. **El tercer dominio.** Jorge Haro. **La escucha expandida [sonido, tecnología, arte y contexto]** Jorge La Ferla. **Las artes mediáticas interactivas corroen el alma.** Juan Reyes. **Perpendicularidad entre arte sonoro y música.** Jorge Sad. **Apuntes para una semiología del gesto y la interacción musical.** (2006) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 20, mayo. Con Arbitraje. ISSN 1668-0227.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Trabajos Finales de Grado. Proyectos de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo.** Catálogo 1993-2004. (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 19, agosto. Con Arbitraje. ISSN 1668-0227.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: Sylvia Valdés. **Cine latinoamericano.** Leandro Africano. **Funcionalidad actual del séptimo arte.** Julián Daniel Gutiérrez Albilla. **Los olvidados de Luis Buñuel.** Geoffrey Kantaris. **Visiones de la violencia en el cine urbano latinoamericano.** Joanna Page. **Memoria y experimentación en el cine argentino contemporáneo.** Erica Segre. **Nacionalismo cultural y Buñuel en México.** Marina Sheppard. **Cine y resistencia.** (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 18, mayo. Con Arbitraje. ISSN 1668-0227.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Guía de Artículos y Publicaciones de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. 1993-2004.** (2004) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 17, noviembre. Con Arbitraje. ISSN 1668-0227.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: Alicia Banhero. **Los lugares posibles de la creatividad.** Débora Irina Belmes. **El desafío de pensar. Creación - recreación.** Rosa Judith Chalkho. **Transdisciplina y percepción en las artes audiovisuales.** Héctor Ferrari. **Historietar.** Fabián Iriarte. **High concept en el escenario del Pitch: Herramientas de seducción en el mercado de proyectos filmicos.** Graciela Pacualetto. **Creatividad en la educación universitaria. Hacia la concepción de nuevos posibles.** Sylvia Valdés. **Funciones formales y discurso creativo.** (2004) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 16, junio. Con Arbitraje. ISSN 1668-0227.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: Adriana Amado Suárez. **Internet, o la lógica de la seducción.** María Elsa Bettendorff. **El tercero del juego. La imaginación creadora como nexo entre el pensar y el hacer.** Sergio Caletti. **Imaginación, positivismo y actividad proyectual. Breve disgresión acerca de los problemas del método y la creación.** Alicia Entel. **De la totalidad a la complejidad. Sobre la dicotomía ver-saber a la luz del pensamiento de Edgar Morin.** Susana Finquelievich. **De la tarta de manzanas a la estética bussines-pop. Nuevos lenguajes para la sociedad de la información.** Claudia López Neglia. **De las incertezas al tiempo subjetivo.** Eduardo A Russo. **La máquina de pensar. Notas para una genealogía de la relación entre teoría y práctica en Sergei Eisenstein.** Gustavo Valdés. **Bauhaus: crítica al saber sacralizado.** (2003) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 15, noviembre. Con Arbitraje. ISSN 1668-0219.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Relevamientos Temáticos]: Noemí Galanternik. **Tipografía on line. Relevamiento de sitios web sobre tipografía.** Marcela Zena. **Periódicos digitales en español. Publicaciones periódicas digitales de América Latina y España.** (2003) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 14, noviembre. Con Arbitraje. ISSN 1668-0227.

> Cuaderno: Ensayos. José Guillermo Torres Arroyo. **El paisaje, objeto de diseño.** (2003) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 13, junio.

> Cuaderno: Recopilación Documental. **Centro de Recursos para el Aprendizaje. Relevamientos Temáticos. Series: Práctica profesional. Diseño urbano. Edificios. Estudios de mercado. Medios. Objetos. Profesionales del diseño y la comunicación.** Publicidad. Vol. 12. (2003) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 12, abril.

> Cuaderno: Proyectos en el Aula. **Creación, Producción e Investigación. Proyectos 2003 en Diseño y Comunicación.** (2002) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 11, diciembre

> Cuaderno: Proyectos en el Aula. **Plan de Desarrollo Académico. Proyecto Anual. Proyectos de Exploración y Creación. Programa de Asistentes en Investigación. Líneas Temáticas. Centro de Recursos. Capacitación Docente.** (2002) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 10, septiembre.

> Cuaderno: Proyectos en el Aula: **Espacios Académicos. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Centro de Recursos para el aprendizaje.** (2002) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 9, agosto.

> Cuaderno: Proyectos en el Aula. Adriana Amado Suárez. **Relevamiento terminológico en diseño y comunicación. A modo de encuadre teórico.** Diana Berschadsky. **Terminología en diseño de interiores. Área: materiales, revestimientos, acabados y terminaciones.** Blanco, Lorenzo. **Las Relaciones Públicas y su proyección institucional.** Thais Calderón y María Alejandra Cristofani. **Investigación documental de marcas nacionales.** Jorge Falcone. **De Altamira a Toy Story. Evolución de la animación cinematográfica.** Claudia López Neglia. **El trabajo de la creación.** Graciela Pascualetto. **Entre la información y el sabor del aprendizaje. Las producciones de los alumnos en el cruce de la cultura letrada, mediática y cibernética.** (2002) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 8, mayo.

> Cuaderno: Relevamiento Documental. María Laura Spina. **Arte digital: Guía bibliográfica.** (2001) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 7, junio.

> Cuaderno: Proyectos en el Aula. Fernando Rolando. **Arte Digital e interactividad.** (2001) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 6, mayo.

> Cuaderno: Proyectos en el Aula. Débora Irina Belmes. **Del cuerpo máquina a las máquinas del cuerpo.** Sergio Guidalevich. **Televisión informativa y de ficción en la construcción del sentido común en la vida cotidiana.** Osvaldo Nupieri. **El grupo como recurso pedagógico.** Gustavo Valdés de León. **Miseria de la teoría.** (2001) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 5, mayo.

> Cuaderno: Proyectos en el Aula. **Creación, Producción e Investigación. Proyectos 2002 en Diseño y Comunicación.** (2002) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 4, julio.

> Cuaderno: Papers de Maestría. Cira Szklowin. **Comunicación en el Espacio Público. Sistema de Comunicación Publicitaria en la vía pública de la Ciudad de Buenos Aires.** (2002) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 3, julio.

> Cuaderno: Material para el aprendizaje. Orlando Aprile. **El Trabajo Final de Grado. Un compendio en primera aproximación.** (2002) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 2, marzo.

> Cuaderno: Proyectos en el Aula. Lorenzo Blanco. **Las medianas empresas como fuente de trabajo potencial para las Relaciones Públicas. Silvia Bordoy. Influencia de Internet en el ámbito de las Relaciones Públicas.** (2000) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 1, septiembre.

Creación y Producción de Diseño y Comunicación

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de estudiantes y egresados]: **Alberto Farina: Historias y discursos de cine y televisión. Raquel Bareto: El nacimiento del Expresionismo alemán. Mario D' Ingianna: Fragmentos de Weimar. Sebastián Duimich: La guerra de las Galaxias II. El video contraataca. Victoria Franzán: Jurassic Park ¿ Un hito vanguardista? María Sol González: Ciento: Final Fantasy: The spirits within. Agustín Gregori: Cinta sketch. Amalia Hafner: De la pretensión de objetividad. Walter Rittner: Ciudades en el Expresionismo alemán. Irina Szulman, Pablo Lettieri y Paula Téramo: Notas alrededor de Antes del Atardecer. Mariano Torres: La metamorfosis cinematográfica del vampiro.** (2006) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 8, agosto.
Con Arbitraje. ISSN 1668-5229.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Florencia Bustingorry: Extrañar lo cotidiano ¿ Punto de partida o de llegada en el proceso de investigación? Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. 2005.** (2006) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 7, mayo.
Con Arbitraje. ISSN 1668-5229.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos, Propuestas y Creaciones. Trabajos de estudiantes de Diseño y Comunicación premiados en concursos internos 2004.** (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 6, octubre.
Con Arbitraje. ISSN 1668-5229.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Formación, Creación y Desarrollo Profesional (Segundo ciclo Agosto 2004 - Julio 2005). Proyectos de estudiantes: Diseño de Imagen Empresaria, Diseño de Imagen y Sonido, Diseño de Interiores, Diseño de Packaging, Diseño Editorial, Diseño Publicitario, Diseño Textil y de Indumentaria, Licenciatura en Comunicación Audiovisual, Licenciatura en Publicidad y Licenciatura en Relaciones Públicas.** (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 5, septiembre.
Con Arbitraje. ISSN 1668-5229.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación. Thais Calderón: La investigación y lo inesperado. Carlos Cosentino: Investigación y aprendizaje. José María Doldan: Algunas ideas sobre investigación. Laura Ferrari: El programa de investigación. Rony Keselman: Poetas y matemáticos. Graciela Pascualetto: Generaciones posmodernas.** Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. 2004. (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 4, septiembre.
Con Arbitraje. ISSN 1668-5229.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Diseño de marca de Brand Book para el Casco Histórico de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires: orientación en Imagen Empresaria de la carrera de Diseño.** (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 3, mayo.
Con Arbitraje. ISSN 1668-5229.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Formación, Creación y Desarrollo Profesional.** Proyectos de estudiantes: Diseño de Imagen Empresaria - Diseño de Imagen y Sonido - Diseño de Interiores - Diseño de Packaging - Diseño Editorial - Diseño Publicitario - Diseño Textil y de Indumentaria - Licenciatura en Comunicación Audiovisual - Licenciatura en Publicidad - Licenciatura en Relaciones Públicas. (2004) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 2, noviembre.

Con Arbitraje. ISSN 1668-5229.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de estudiantes y egresados]: **Historias, discursos: Apuntes sobre una experiencia.** Eduardo Russo. **Pioneros y fundadores:** Sebastián Duimich. **Fritz Lang, la aventura.** Virginia Guerstein. **Cine nacional e identidad: Los primeros pasos. La batalla de las vanguardias:** María del Huerto Iriarte y Marilina Villarejo. **Surrealismo: Un perro andaluz y la lógica del absurdo.** Anabella Sánchez. **Dadá, Surrealismo, Entreacto. Legados y continuidades:** Victoria Franzán, Virginia Guerstein y Tamara Izko. **Cine comercial: Los sesenta, los noventa.** Marina Litmajer. **El impacto de los años '60 en la producción audiovisual actual ¿Sabés nadar? Y el cine del no-entre-tenimiento heredado de la Nouvelle Vague. Rupturas y aperturas:** Gastón Alé, Florencia Sosa y Florinda Verrier. **La ruptura de la linealidad en el relato. Vanguardias, Videoarte, Net Art.** Producciones digitales y audiovisuales de estudiantes de la Facultad en Diseño y Comunicación. Catálogo 2003. (2004) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 1, agosto.

Con Arbitraje. ISSN 1668-5229.

Escritos en la Facultad

>Escritos en la Facultad. **Contenidos curriculares de la Maestría en Diseño de la Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Asignaturas y seminarios dictados: Diseño, Comunicación y Organización. Diseño, Estrategia y Gestión. Investigación en Diseño y Comunicación. Metodología de la Investigación. Seminarios de profesores invitados.** (2006) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 18, julio. ISSN 16692306.

>Escritos en la Facultad. **Semana de Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Del 5 al 16 de junio de 2006. Lo micro, lo nuevo y lo diferente, lo urbano producciones de Estudiantes de Primer Año de la Facultad de Diseño y Comunicación.** (2006) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 17, julio. ISSN 16692306.

>Escritos en la Facultad. **Nuevos Profesionales. Edición IV. 10 de Julio de 2006. Resúmenes de Trabajos Finales de Grado aprobados Febrero / Mayo 2006** (2006) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 16, junio. ISSN 16692306.

>Escritos en la Facultad. **Semana de Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Del 5 al 16 de junio de 2006. Lo micro, lo nuevo y lo diferente, lo urbano producciones de Estudiantes de Primer Año de la Facultad de Diseño y Comunicación.** (2006) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 15, mayo. ISSN 16692306.

>Escritos en la Facultad. **Presentación de Proyectos de Tesis. Foro de Investigación. Maestría en Diseño.** (2006) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 14, abril. ISSN 16692306.

>Escritos en la Facultad. **Historia y vigencia de un término de mi profesión. Selección de trabajos de estudiantes de la asignatura Comunicación Oral y Escrita 2005** (2006) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 13, marzo. ISSN 16692306.

>Escritos en la Facultad. **Nuevos Profesionales. Edición III.** (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 12, noviembre. ISSN 16692306.

>Escritos en la Facultad. **Semana de Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación.** (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 11, octubre. ISSN 16692306.

>Escritos en la Facultad. **Criterios de Evaluación. Propuesta** (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 10, octubre. ISSN 16692306.

>Escritos en la Facultad. **Concursos Docentes. Una nueva etapa en el desarrollo institucional de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.** (2005) Buenos Aires:Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 9, septiembre. ISSN 16692306.

>Escritos en la Facultad. **Portfolio. Evaluación Integradora de Aprendizajes.** (2005) Buenos Aires:Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 8, agosto. ISSN 16692306.

>Escritos en la Facultad. **Las palabras de mi profesión. (Investigación terminológica). Escribir. Pablo Lettieri. Comunicación Oral y Escrita 2004. Cátedra: Rony Keselman.** (2005) Buenos Aires:Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 7, julio. ISSN 16692306.

>Escritos en la Facultad. **Guía de Presentación de los Proyectos de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación.** (2005) Buenos Aires:Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 6, julio. ISSN 16692306.

>Escritos en la Facultad. **Nuevos Profesionales. Edición II. Resúmenes de Trabajos Finales de Grado aprobados marzo - mayo 2005.** (2005) Buenos Aires:Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 5, junio. ISSN 16692306.

>Escritos en la Facultad. **Proyectos de Graduación Facultad de Diseño y Comunicación.** (2005) Buenos Aires:Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 4, mayo. ISSN 16692306.

>Escritos en la Facultad. **Semana de Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Lo micro, lo nuevo y lo diferente, lo urbano. Producciones de Estudiantes de Primer Año de la Facultad de Diseño y Comunicación.** (2005) Buenos Aires:Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 3, mayo. ISSN 16692306.

>Escritos en la Facultad. **Nuevos Profesionales. Edición I. Resúmenes de trabajos finales de grado aprobados. Diciembre 2004 – marzo 2005.** (2005) Buenos Aires:Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 2, marzo. ISSN 16692306.

>Escritos en la Facultad. **Presentación de Proyectos de Tesis. Foro de Investigación. Maestría en Diseño. Institucionalización de la Construcción de Saberes Disciplinarios.** (2005) Buenos Aires:Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 1, marzo. ISSN 16692306.

Jornadas de Reflexión Académica

>Jornadas de Reflexión Académica (14^a: Feb.2006: Buenos Aires) **Experimentación, Innovación, Creación. Aportes en la enseñanza del Diseño y la Comunicación.** Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación. ISSN 1668-1673

>Jornadas de Reflexión Académica (13^a: Feb. 2005: Buenos Aires) **Formación de Profesionales Reflexivos en Diseño y Comunicación.** Buenos Aires : Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación. ISSN 1668-1673

> Jornadas de Reflexión Académica (12^a: Feb. 2004: Buenos Aires) **Procesos y productos. Experiencias pedagógicas en Diseño y Comunicación.** Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación. ISSN 1668-1673

> Jornadas de Reflexión Académica (11^a: Feb. 2003: Buenos Aires) **En [desde] el Aula.** Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación.

> Jornadas de Reflexión Académica (10^a: Feb. 2002: Buenos Aires) **Estudiar, Crear y Trabajar en Diseño y Comunicación.** Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación.

> Jornadas de Reflexión Académica (9ª: Feb. 2001: Buenos Aires) **Producción, Creación e Investigación en Diseño y Comunicación**. Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación.

> Jornadas de Reflexión Académica (8ª: Feb. 2000: Buenos Aires) **El rol docente frente a los nuevos escenarios profesionales**. Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación.

> Jornadas de Reflexión Académica (5ª: Feb. 1997: Buenos Aires) **¿Alumnos o Carreras? Parte III**. Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación.

> Jornadas de Reflexión Académica (5ª: feb. 1997: Buenos Aires) **¿Chips o Libros? Parte II**. Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación.

> Jornadas de Reflexión Académica (5ª: feb. 1997: Buenos Aires) **¿Aprender o Enseñar? Parte I**. Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación.

Actas en Diseño

> Actas en Diseño. **I Encuentro Latinoamericano de Diseño: "Diseño en Palermo". Comunicaciones Académicas**. (2006) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación. Vol. 1, Agosto. Con Arbitraje. ISSN 1850-2032.



UP | **Universidad de Palermo**
Facultad de Diseño y Comunicación

Mario Bravo 1050. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. C 1175 ABT. Argentina
www.palermo.edu