

# Sumario

*Cuadernos del Centro de Estudios en  
Diseño y Comunicación [Ensayos] N° 19*  
ISSN 1668-0227

Facultad de Diseño y Comunicación.  
Universidad de Palermo.  
Buenos Aires, Argentina.  
Agosto 2005.

<b>Proyectos de Graduación</b>	
Julio Moyano.....	pp. 9-13
<b>Trabajos Finales de Grado. Catálogo 1993-2004.....</b>	<b>pp. 15-16</b>
<b>Trabajos Finales de Grado. Guía 1993-2004 por orden alfabético.....</b>	<b>p. 17</b>
<b>Trabajos Finales de Grado. Índice por Carreras.....</b>	<b>pp. 59-78</b>
Diseño.....	pp. 59-60
Diseño de Imagen Empresaria.....	p. 59
Diseño de Packaging.....	pp. 59-60
Diseño Editorial.....	p. 60
Diseño Publicitario.....	p. 60
Diseño de Imagen y Sonido.....	pp. 60-61
Diseño de Interiores.....	p. 61
Diseño Textil y de Indumentaria.....	pp. 61-63
Licenciatura en Comunicación Audiovisual.....	p. 63
Licenciatura en Publicidad.....	pp. 63-73
Licenciatura en Relaciones Públicas.....	pp. 73-78
<b>Trabajos Finales de Grado. Índice por Líneas Temáticas.....</b>	<b>pp. 79-100</b>
Empresas / Organizaciones / Instituciones.....	pp. 79-85
Marcas.....	pp. 85-86
Medios.....	pp. 87-95
Nuevas Tecnologías.....	pp. 95-96
Nuevos Profesionales.....	p. 97
Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.....	pp. 98-100
<b>Trabajos Finales de Grado. Índice por Títulos.....</b>	<b>pp. 101-120</b>
<b>Publicaciones del CED&amp;C .....</b>	<b>pp. 121-123</b>

**Diseño / Diseño de Imagen Empresaria**

---

4. Abramek, Karen (DIE). **Estética y shopping.**  
.....p.17

27. Angiorama, Carolina (DIE): **Imagen corporativa. Fusiones y adquisiciones: Caso Repsol-YPE**  
.....p.18

205. Fernández Pelayo, Anabella (DIE). **Levi's y la discriminación.**  
.....p.30

231. Gay, Josefina (DIE). **Globalización.**  
.....p.32

244. Gómez Martino, María Laura (DIE). **Laboratorios Beta. Su imagen en el mercado farmacéutico argentino.**  
.....p.32

255. Grobocopatel, Natalia (DIE). **Identidad cultural del barrio de La Boca.**  
.....p.33

262. Gugliemetti, Ana Laura (DIE). **Empresa de telecomunicación: La comunicación de una imagen.**  
.....p.34

277. Hokama, Ezequiel (DIE). **Museo etnográfico entre la memoria y la comunicación.**  
.....p.35

341. Machiavelli, Silvina (DIE). **Un país, una empresa: Arcor.**  
.....p.39

363. Massun, Verónica (DIE). **Impacto creativo vs. Imagen Corporativa.**  
.....p.40

397. Nápoli, Horacio (DIE). **El público interno en función de la imagen corporativa de Metrored.**  
.....p.43

410. Ortega, Damiana (DIE). **La comunicación visual en la vía pública. La propaganda política en Argentina.**  
.....p.44

466. Ramírez, Karina (DIE). **La seducción del perfume.**  
.....p.47

477. Repetto Benavides, Matías (DIE). **Proyecto argentina diseño integral. Argentina textil / Argentina gráfica / Argentina industrial / Argentina multimedial.**  
.....p.48

576. Targize, Verónica (DIE). **Imagen empresaria en los servicios públicos.**  
.....p.54

616. Villagra, Verónica (DIE). **Exportación de un producto artesanal.**  
.....p.57

**Diseño / Diseño de Packaging**

---

35. Arias, Leticia (DPAK). **Pet, pasado, presente y futuro.**  
.....p.19

36. Armiñán Boccardo, Carolina (DPAK). **Bodegas Gian-dinotto.**  
.....p.19

63. Bidegain, Lorena (DPAK). **Envasando paradigmas. El Packaging como formador de la conciencia alimentaria del imaginario social.**  
.....p.21

66. Birolo, María Belén (DPAK). **Color e imagen en los envases Tetra Brik aseptíc.**  
.....p.21

77. Bottarini, Ariadna (DPAK). **Realidad vs. virtualidad. La problemática del diseño de packaging frente a la compra virtual.**  
.....p.22

86. Bugnone, María Victoria (DPAK). **Creación de un nuevo producto.**  
.....p.22

108. Carlesi, Ana Eugenia (DPAK). **Cava del director; vinos varietales.**  
.....p.24

140. Colell, Ingrid (DPAK). **La cerveza y su envase.**  
.....p.26

318. Lescano Cameriere, Florencia (DPAK). **La imagen vs. el precio.**  
.....p.37

335. Lubreto, Luciana (DPAK). **Diseño de Packaging. Ecología y Diseño.**  
.....p.39

346. Makara, Cynthia Karina (DPAK). **Proyecto "Pastas Jr." Fideos Frescos con salsa.**  
.....p.39

347. Manera, María Elena. <b>Danone. Análisis técnico y económico para reducir costos de producción y distribución de yogur con cereal.</b> .....p.39	145. Coppari, Sabrina (DED). <b>La segmentación de los medios gráficos.</b> .....p.26
362. Masimiani, Geraldine (DPAK). <b>Bodega «Finca Don Nicolás».</b> .....p.40	359. Martínez Ventura, Eugenia Belén (DED). <b>El diseñador editorial como nexo entre el periodismo gráfico y su público lector.</b> .....p.40
406. Oltolina, Valeria (DPAK). <b>Los envases y las nuevas tecnologías.</b> .....p.43	467. Ramírez, María de las Mercedes (DED). <b>Dos revistas y su banda.</b> .....p.47
462. Pulli, Darío Martín (DPAK). <b>Envases flexibles e impresión flexográfica.</b> .....p.47	540. Silvetti, María (DED). <b>Para tí. Evolución del diseño y la mujer actual.</b> .....p.52
468. Ramírez, María Gabriela (DPAK). <b>Desarrollo del packaging de una nueva línea láctea.</b> .....p.47	543. Slatkis, Valeria (DED). <b>Los años '50. El fotoperiodismo.</b> .....p.52
488. Rodríguez, Consuelo (DPAK). <b>Vivir mejor es una elección.</b> .....p.49	598. Valcarenghi, Agustín (DED). <b>La Mañana de Córdoba. Rediseño total del diario.</b> .....p.56
495. Rodríguez Presedo, Laura (DPAK). <b>Packaging de exportación.</b> .....p.49	620. Viñas, Mariana (DED). <b>La autonomía creativa de la revista tipográfica en el campo del diseño editorial de habla hispana.</b> .....p.57
526. Scalise, Valeria Lorena (DPAK). <b>Proyecto Combler.</b> .....p.51	
<b>Diseño / Diseño Editorial</b> <hr/>	
54. Barrancos, Martín H. (DED). <b>Diario Panorama Semanal.</b> .....p.20	573. Tagliani, Juan Ignacio (DPUB). <b>La organización luchemos por la vida, la efectividad en los mensajes.</b> .....p.54
55. Barreiro, María Leonor (DED). <b>Diseño Editorial y cultura joven.</b> .....p.20	
110. Carletti, Fabiana (DED). <b>Diario La Puerta.</b> .....p.24	<b>Diseño de Imagen y Sonido</b> <hr/>
112. Carra, José Federico (DED). <b>Nuevos soportes. Del papel a la pantalla.</b> .....p.24	40. Aubone, Adrián José (DS). <b>Western Spaghetti - guión.</b> .....p.19
117. Caserta, Gabriela (DED). <b>El Oeste, semanario de Caseros.</b> .....p.24	70. Boero, Agustín (DS). <b>Animación digital, la fábrica de sueños en casa.</b> .....p.21
136. Clavier Grüber, María Jeannette (DED). <b>La marca como identidad comparativa - proyecto editorial.</b> .....p.25	80. Bradford, Daniel Ángel (DS). <b>Tercerización internacional de proyectos para internet desde la Argentina.</b> .....p.22
144. Coppari, Eliana (DED). <b>La Ribera. Un nuevo semanario.</b> .....p.26	176. Echevarría, Bárbara (DS). <b>Escenografía urbana. Una ciudad, una estética.</b> .....p.28
	215. Fontela Vázquez, Marcelo (DS). <b>En busca de una auténtica remake.</b> .....p.31
	218. Gago, Julián (DS). <b>Guía multimedia del Hatha-Yoga.</b> .....p.31

265. Harari, Alberto (DS). <b>Biopics. Mujeres famosas en el cine.</b>	294. Katz, Sandra (DT). <b>El Diseño de Interiores en los locales gastronómicos.</b>	
.....p.34	.....p.36	
461. Pronzato, Victoria (DS). <b>Stanley Kubrick: Cine intelectual.</b>	300. Kotliar, Yael (DT). <b>Color. El simbolismo del color en el Diseño de Interiores.</b>	
.....p.47	.....p.36	
469. Ramírez, Ramiro (DS). <b>Unheimlich, cine de terror.</b>	314. Legeren, Martina (DT). <b>El Feng Shui. El Feng Shui en restaurantes.</b>	
.....p.48	.....p.37	
<b>Diseño de Interiores</b>		
<hr/>		
7. Alaniz Gatiús, Pamela (DT). <b>Imagen corporativa en los locales comerciales.</b>	337. Luis, Verónica (DT). <b>Arquitectura efímera.</b>	
.....p.17	.....p.39	
12. Ale, Carla Daniela (DT). <b>Las vidrieras y su falta de Diseño.</b>	472. Ranchilio, Marcela (DT). <b>El Diseño de Interiores a fin de siglo.</b>	
.....p.17	.....p.48	
16. Alonso, Andrea (DT). <b>Vivienda inteligente vs. Vivienda ecológica.</b>	476. Renner, Camila Zoe (DT). <b>El Malba. Innovación arquitectónica en función del arte.</b>	
.....p.18	.....p.48	
28. Annan, María Florencia (DT). <b>Cada edificio, una idea.</b>	506. Ruano, Wanda (DT). <b>La reutilización de un recurso natural. Los bosques fueguinos.</b>	
.....p.18	.....p.50	
61. Beswick, Patricia Elizabeth (DT). <b>Viviendas accesibles para personas con discapacidad motriz.</b>	532. Scioscia, Carla Andrea (DT). <b>La creación de sensaciones en interiores a través de la iluminación.</b>	
.....p.20	.....p.52	
107. Cardoso Cis, María Josefina (DT). <b>Percepción y diseño de interiores. La importancia de la incidencia de la percepción en el Diseño de Interiores.</b>	567. Surribas, María Florencia (DT). <b>El negocio del vino. Creación de nuevos espacios.</b>	
.....p.24	.....p.54	
128. Chang, Han Ni (DT). <b>El loft aplicado a la vivienda en el siglo XX, XXI, en Buenos Aires.</b>	577. Tarnaruder, Mariela Ariela (DT). <b>El revival de la dinámica espacial del conventillo, plasmado en las viviendas agrupadas modernas.</b>	
.....p.25	.....p.54	
135. Clarich, María Fernanda (DT). <b>Los loft en Buenos Aires.</b>	580. Taverna, Agustina (DT). <b>Aires Pop.</b>	
.....p.25	.....p.55	
161. De los Santos, María Victoria (DT). <b>El niño y los espacios. La vivienda y el Jardín de Infantes (de 0 a 6 años).</b>	<b>Diseño Textil y de Indumentaria (Moda)</b>	
.....p.27	<hr/>	
194. Fariña Puyol, Marcelo F. (DT). <b>Cocina abierta en los espacios comerciales.</b>	8. Albano, Erica Melina (DM). <b>El lenguaje a través de la indumentaria laboral.</b>	.....p.17
.....p.29	23. Alzugaray, Julia (DM). <b>El deporte y la moda.</b>	.....p.18
275. Herráez, María Eugenia (DT). <b>La luz como escena en la vivienda familiar.</b>	45. Bagur, Nazareth (DM). <b>Imagen vs. moda.</b>	.....p.19
.....p.34	46. Baik, Alejandro Hyun Chul (DM). <b>La influencia de la indumentaria y cultura oriental en las películas de ciencia ficción.</b>	.....p.20
285. Jakowczuk, Gisela (DT). <b>Impacto de las nuevas tecnologías en el Diseño de Interiores.</b>		
.....p.35		

48. Ballestrero, Luciana Paula (DM). <b>Vestuario teatral en el Ópera.</b>	322. Litvin, Bettina Daniela (DM). <b>Técnicas de producción textil. Acabados revolucionarios para la moda y el diseño.</b>
.....p.20	.....p.38
60. Berardi, Catalina (DM). <b>Moda y psicología.</b>	323. Lizarraga, Luis (DM). <b>Nueve divas del cine y la moda.</b>
.....p.20	.....p.38
73. Bohtlingk, Agustina (DM). <b>Binocular. Proyecto editorial.</b>	327. López, María Laura (DM). <b>Cine y moda: El cine como generador de nuevas tendencias de moda.</b>
.....p.21	.....p.38
132. Cho, Young Hyon (DM). <b>Estampados del siglo XX. Un reflejo de la sociedad y el arte sobre el tejido.</b>	372. Merayo, María Gabriela (DM). <b>Moda e identificación.</b>
.....p.26	.....p.41
147. Córdoba, Natalia (DM). <b>Tecnología sobre nieve.</b>	385. Molina, Noel (DM). <b>La tecnología como ficción posmoderna.</b>
.....p.26	.....p.42
165. Di Rico, Natalia (DM). <b>Objetos de deseo.</b>	427. Paur, Verónica (DM). <b>La moda y la política.</b>
.....p.27	.....p.45
185. Estévez, María Verónica (DM). <b>Los talles en las prendas para adolescentes y jóvenes argentinas.</b>	432. Perales del Castillo, Fernanda (DM). <b>Moda 100% argentina.</b>
.....p.29	.....p.45
189. Etcheverry, Angela (DM). <b>Indumentaria laboral. Éxito a través del color.</b>	446. Plazibat, María Mercedes (DM). <b>La construcción de la identidad a través de la moda.</b>
.....p.29	.....p.46
266. Hardy Hulme, Jennifer (DM). <b>Zapatillas, marketing y...¿violencia?.</b>	450. Polastri, Juliana (DM). <b>Enfrentamiento entre dos culturas a través del diseño.</b>
.....p.34	.....p.46
273. Hernández, María Paula (DM). <b>La moda como comunicador político.</b>	457. Potocko, Verónica (DM). <b>El diseño de moda inspirado en la naturaleza.</b>
.....p.34	.....p.47
291. Jun, Hye Ran (DM). <b>¿Por qué la gente prefiere la estética de la indumentaria deportiva sin cumplir su funcionalidad?.</b>	486. Rodríguez, Alicia (DM). <b>La industria textil entre 1995 y el 2000 y la búsqueda de identidad nacional.</b>
.....p.36	.....p.49
295. Kim, Analía (DM). <b>Manga-Anime. Su influencia sobre la moda japonesa.</b>	490. Rodríguez, María Agustina (DM). <b>Rock y moda.</b>
.....p.36	.....p.49
296. Kim, Cecilia (DM). <b>Uniformidad vs. Originalidad. Preferencias de la sociedad argentina.</b>	500. Román, Verónica (DM). <b>Moda, identidad y consumo.</b>
.....p.36	.....p.50
297. Kim, Susana (DM). <b>¿Por qué las mujeres siguen vistiendo el jean a pesar de las décadas?.</b>	505. Rozier, Carolina (DM). <b>Veo, Veo. Lencería.</b>
.....p.36	.....p.50
301. Krenkel, Carolina (DM). <b>El diseño de ropa de trabajo y las fibras inteligentes. El diseño y la utilización de fibras inteligentes en la indumentaria laboral para la industria de la construcción.</b>	508. Ruggieri, Silvana (DM). <b>Alma, lencería femenina.</b>
.....p.36	.....p.50
	517. Sammartino, María Laura (DM). <b>Un mercado en crisis. Diseño y producción Indumentaria y Textil (Modas).</b>
	.....p.51

547. Sommaruga, María Agustina (DM). **Estética y sociedad. La influencia de la moda en la sociedad actual.**  
.....p.53
552. Spina, María Elcira (DM). **Cirugía estética. La cosmética del Siglo XX.**  
.....p.53
570. Tabak, María (DM). **La belleza como adicción.**  
.....p.54

585. Torre, Vanina (DM). **Cueros argentinos. La industria del cuero y el diseño de indumentaria.**  
.....p.55

590. Tribulo, Juliana (DM). **El color en la indumentaria y su influencia en el individuo.**  
.....p.55

606. Vázquez Martínez, Ainoa (DM). **Ainoa: Empresa de diseño de indumentaria.**  
.....p.56

626. Won, María Ester (DM). **El rol profesional del diseñador. La fusión de la indumentaria infantil entre oriente y occidente.**  
.....p.58

634. Zwirner, Tamara (DM). **La influencia del Surrealismo en la moda.**  
.....p.58

#### **Licenciatura en Comunicación Audiovisual**

42. Avalor, Laura (CA). **Narrativa interactiva. ¿Cómo narrar en un medio interactivo?**  
.....p.19

96. Callari, Marta (CA). **Cine independiente argentino de los '90.**  
.....p.23

162. De Mingo, Esteban (CA). **Produser, una herramienta informática.**  
.....p.27

172. Dorfman, Matías (CA). **El impacto de la fotografía digital sobre la analógica.**  
.....p.28

258. Güemes, María Rosa (CA). **El video clip, ¿una vuelta al cine mudo?**  
.....p.33

289. Johnson, Martín (CA). **Desde adentro. El lado oscuro de la masonería.**  
.....p.36

306. Lanne, Javier (CA). **De los cadáveres exquisitos al MTV.**  
.....p.37

459. Prelat, María Mercedes (CA). **El curandero. Historia de un hombre solo.**  
.....p.47

513. Sacco, Sebastián Carlos (CA). **Sexos en guerra, ¿aprieta y gana?. Programas de televisión.**  
.....p.50

554. Srajo Rocco, Leticia (CA). **La mirada indiscreta.**  
.....p.53

#### **Licenciatura en Publicidad**

3. Abraham, Pablo (LP). **Marketing de base de datos.**  
.....p.17

14. Alfonso, Alejandra Marcela (LP). **Celebrity shoes. La imagen publicitaria del calzado deportivo.**  
.....p.18

15. Almejún, Marcelo (LP). **Jingle bells.**  
.....p.18

17. Alsina, Florencia (LP). **Medios y globalización.**  
.....p.18

19. Álvarez, María Eva (LP). **Estereotipo y mujer en el discurso publicitario.**  
.....p.18

20. Álvarez, Marina Luz (LP). **¡Yo quiero! El deseo como motivador de compra.**  
.....p.18

21. Álvarez, Pablo Mario (LP). **El patrocinio en el automovilismo argentino. Una alternativa poco explorada.**  
.....p.18

22. Álvarez del Valle, Eugenia (LP). **Los sentimientos en la Publicidad.**  
.....p.18

25. Amran, Lorena (LP). **La Publicidad no tradicional en el cine.**  
.....p.18

30. Aprile, Romina (LP). **Publicultura. La Publicidad como fenómeno cultural en jóvenes.**  
.....p.19

31. Aranda, Juan F. (LP). **¿Políticos creativos o creativos políticos?.**  
.....p.19

32. Aranovich, Silvina D. (LP). **Fundraising.**  
.....p.19

33. Arcusín, Laura Mariana (LP). **¡Si no lo viste, perdíste! La publicidad audiovisual de los '90.**  
.....p.19

34. Argento, Ricardo (LP). <b>Megaproductos.</b> .....p.19	82. Brichetti, Eliana (LP). <b>Utilización de un software en planificación de medios.</b> .....p.22
37. Arnau, Lorena (LP). <b>Baby Marketing.</b> .....p.19	83. Brocca, Mariela Leonor (LP). <b>Publicidad no tradicional. Innovación constante.</b> .....p.22
39. Arroyo, Mauro (LP). <b>Revalorizar la Publicidad.</b> .....p.20	84. Bronzini, Karina (LP). <b>Comunicación alternativa (Benetton-Toscani).</b> .....p.22
41. Audisio, Patricia (LP). <b>Escondidos detrás del anonimato.</b> .....p.19	85. Brüel, Victoria (LP). <b>Creatividad e innovación en la estrategia de medios.</b> .....p.22
47. Balbinot, Gabriel (LP). <b>Como tal.. La influencia publicitaria en la vestimenta de los jóvenes.</b> .....p.20	87. Burnet, Carolina (LP). <b>Abriendo fronteras. Exportación de vinos al mercado Español.</b> .....p.22
49. Balza, Santiago Javier (LP). <b>El rol de la comunicación en la reinserción del ejército en la sociedad argentina.</b> .....p.20	88. Buschiazzo, María Sol (LP). <b>Electro urbe. Cultura Electrónica.</b> .....p.22
50. Barabani, Federico (LP). <b>Kioscomanía.</b> .....p.20	89. Bustillo, Pía M. (LP). <b>Mercado grande. Consumidores chicos.</b> .....p.22
51. Bardini, Martín (LP). <b>Transnacionalización de las sociedades y el caso Bazooka.</b> .....p.20	90. Bustos Fernández, Percy (LP). <b>Identidad sonora.</b> .....p.22
52. Bari, Laura (LP). <b>Los caminos de la creatividad.</b> .....p.20	91. Caba, Karina (LP). <b>Las PyME's y la publicidad.</b> .....p.23
53. Barone, Mariana (LP). <b>El mundo de las figuras retóricas.</b> .....p.20	92. Cabezón, Gustavo (LP). <b>El bien y el mal.</b> .....p.23
72. Bogunovich, Georgina Analia (LP). <b>El nuevo rol social de la publicidad como forma de comunicación.</b> .....p.21	94. Cadile, María Laura (LP). <b>Las fronteras de la creatividad.</b> .....p.23
74. Bonadeo, Martín (LP). <b>La fidelidad de las marcas.</b> .....p.21	97. Calvani, Pablo (LP). <b>La otra Publicidad. El nuevo realismo de la comunicación comercial.</b> .....p.23
75. Bongarrá, Carolina (LP). <b>Mercosur publicitario.</b> .....p.21	98. Camozzi, Alejandro (LP). <b>Eventos promocionales en periodos de vacaciones.</b> .....p.23
76. Bonora, Gabriela (LP). <b>No hay mal que dure cine años. Pero remedios, sí. Caso: Bayer, Bayaspirina/ Cafiaspirina.</b> .....p.22	99. Campana, Carlos Federico (LP). <b>El rumor. Un anónimo con nombre y apellido.</b> .....p.23
78. Bouvet, Francisco Antonio (LP). <b>Los animales y la Publicidad.</b> .....p.22	100. Camplone, Leonardo (LP). <b>La imagen digital.</b> .....p.23
79. Bozzalla, Analia (LP). <b>La planificación de medios. Interpretación de las variables cuali y cuantitativas empleadas en la planificación.</b> .....p.22	102. Capitini, María Fernanda (LP). <b>Dame «Mass» Rock.</b> .....p.23
81. Braier, Paola (LP). <b>Promociones en internet.</b> .....p.22	104. Carbajo, Carolina (LP). <b>La sponsorización en el tenis.</b> .....p.23

106. Cárcamo, Mario Gabriel (LP). <b>Música publicitaria. Sostenidos y bemoles en la publicidad argentina.</b> .....p.24	143. Conti Gómez, María Teresa (LP). <b>El blue jean: ¿Símbolo erótico o polémico?</b> .....p.26
116. Casal, María Alejandra (LP). <b>Los patterns locales en el Mercosur.</b> .....p.24	146. Coppola, Patricia (LP). <b>Made in Argentina: Para nosotros y para el mundo.</b> .....p.26
119. Castelletti, Vanina (LP). <b>El mundial de las marcas.</b> .....p.24	148. Cortejarena, Nancy (LP). <b>Un mundo de cinco siglos.</b> .....p.26
120. Castillo, Mariana (LP). <b>La onda shopping. Consumo de jóvenes.</b> .....p.24	149. Cosentino, María Elina (LP). <b>Lo simbólico nos invade.</b> .....p.26
121. Cattani, Pablo Javier (LP). <b>Culto a falsos dioses. Los ídolos de la TV.</b> .....p.25	153. Cuniberti, Laura (LP). <b>Sexualidad publicitaria.</b> .....p.26
122. Cavalli, Constanza (LP). <b> Holding de medios en la Argentina.</b> .....p.25	157. Daneri, Ezequiel (LP). <b>Utilización de internet para potenciar los negocios.</b> .....p.27
123. Cavalli, Diego E. (LP). <b>La comunicación institucional en las empresas.</b> .....p.25	158. Dayán Peralta, Victoria (LP). <b>La Publicidad en la era global.</b> .....p.27
125. Cerutti, Paula (LP). <b>La mutación de los cuerpos.</b> .....p.25	159. De Carlo, Daniela (LP). <b>Tango, mate y otras yerbas (marca-país).</b> .....p.27
126. César, Joaquín (LP). <b>La hegemonía de las tres "P".</b> .....p.25	160. De Lellis, María Fernanda (LP). <b>Promociones en punto de venta.</b> .....p.27
127. Cevasco, Pablo Javier (LP). <b>Renderizando la comunicación.</b> .....p.25	163. Di Giorgio, María Silvina (LP). <b>La mujer y la Publicidad.</b> .....p.27
129. Charra, Claudina (LP). <b>Niños dentro del discurso publicitario.</b> .....p.25	164. Di Gregorio, Leandro (LP). <b>La pelota de oro. El negocio del fútbol.</b> .....p.27
131. Chiera, Christian Javier (LP). <b>Análisis comparativo entre la Publicidad y las promociones en la Argentina de los '90.</b> .....p.25	167. Díaz Andrade, Martín (LP). <b>Creatividad dirigida al sector de público joven.</b> .....p.27
134. Ciccone, Lara (LP). <b>¡Yo también!</b> .....p.25	168. Díaz Brennan, Natalia (LP). <b>La personalidad de marcas.</b> .....p.28
137. Clavier Grüber, María Milagros (LP). <b>Mercosur.</b> .....p.25	169. Distasio, Nataly (LP). <b>PNT. La nueva protagonista de la pantalla.</b> .....p.28
138. Cleiman Can, Gastón (LP). <b>Por qué y cómo el sonido comunica.</b> .....p.26	170. Dobniewski, Natacha (LP). <b>Los shopping centers.</b> .....p.28
139. Clementti, Priscila (LP). <b>Publicidad: El simulacro.</b> .....p.26	171. Domínguez, Ana Laura (LP). <b>La identidad global.</b> .....p.28
142. Colzani, Georgina (LP). <b>Gracias al humor. Remedio chino infalible.</b> .....p.26	174. Echagüe, Guillermo (LP). <b>La situación actual de Argentina (Crisis).</b> .....p.28

177. Elías, Virginia (LP). **Prevención de la drogadicción.** .....p.28
178. Elola, Martín Ignacio (LP). **Publicidad vs. Publicidad. La Publicidad comparativa en Argentina.** .....p.28
180. Escati Peñaloza, Luciana (LP). **De mi no rías. La Publicidad que discrimina.** .....p.28
182. Espiño, Victoria Lucia (LP). **La Publicidad responsable.** .....p.28
183. Esponda, Georgina (LP). **La comunicación de los productos farmacéuticos,** .....p.28
186. Etchebehere, Catalina (LP). **Ahora decimos PNT.** .....p.29
188. Etchevarne, Federico (LP). **Los límites de la Publicidad.** .....p.29
190. Faiatt, Carolina (LP). **La moda y la Publicidad.** .....p.29
192. Farhi, Mariela (LP). **Naturaleza y mercado.** .....p.29
193. Faricelli, Virginia (LP). **Bienvenida sea la muerte al mundo de la Publicidad.** .....p.29
197. Federico, Patricio (LP). **Surf.ar el mercado del surf en Argentina.** .....p.29
199. Fernández, Claudia Gabriela (LP). **Tratos y estratos. El consumo como forma de socialización.** .....p.30
200. Fernández, Marcela Adriana (LP). **La vía pública.** .....p.30
201. Fernández, María Dolores (LP). **Publicidad subliminal.** .....p.30
204. Fernández Fernández, Maribel (LP). **Los niños y los medios electrónicos.** .....p.30
206. Ferrando, Débora (LP). **Señales de identidad.** .....p.30
208. Ferrero, Federico (LP). **La comunicación corporativa en el plan de crisis.** .....p.30
209. Ferreyra, Claudia (LP). **Persuasivo vendedor; silencioso pero efectivo. El color.** .....p.30
210. Figueras, Cristian (LP). **Viento blanco.** .....p.30
214. Flores, María de las Mercedes (LP). **¡Todo cambia! La relación entre la Publicidad y la sociedad argentina.** .....p.31
216. Frost, Lorena Paula (LP). **El público joven de AM.** .....p.31
217. Furrer, Rosa Analía (LP). **Crisis: Cuando lo que está en juego es la imagen corporativa.** .....p.31
219. Gaidolfi, Silvana (LP). **Publicidad no tradicional.** .....p.31
220. Galié, María Clara (LP). **La globalización en Publicidad.** .....p.31
221. Gálvez, Hernán Ariel (LP). **La importancia de la creatividad en los comerciales televisivos.** .....p.31
222. Gammuto, Andrés Sebastián (LP). **Sponsor; estrella publicitaria.** .....p.31
223. Gándola, María Juliana (LP). **El micromundo de la premiación publicitaria.** .....p.31
226. García Rabell, Emmanuel (LP). **El rol de la creatividad en la Publicidad argentina actual.** .....p.31
227. García Roggero, Silvana (LP). **Music adline. El límite entre lo publicitario y lo discográfico.** .....p.31
230. Gavioli Bleta, Laila (LP). **Se vende cultura. El mercado del arte.** .....p.32
233. Ghidotti, Carolina (LP). **Publicidad electrónica.** .....p.32
234. Ghioldi, Aldana (LP). **Relaciones peligrosas: Publicidad subliminal + MKT uno a uno.** .....p.32
235. Giacomazzi, Gabriela (LP). **Los pequeños telespectadores (de 3 a 6 años).** .....p.32
236. Giacomelli, Federico (LP). **Patrocinio deportivo.** .....p.32

237. Giménez, Sebastián (LP). <b>Marcas en momentos de crisis.</b> .....p.32	264. Hanono, Paula (LP). <b>Pequeños grandes consumidores. Marketing infantil.</b> .....p.34
238. Giménez, Silvina Martha (LP). <b>La marca como identidad corporativa.</b> .....p.32	267. Haury, Susana (LP). <b>Se hace camino al crear: Publicidad gráfica de los '60 y '90.</b> .....p.34
239. Giorgi, Silvina (LP). <b>Tiempos de imagen masculina.</b> .....p.32	268. Hayd, Elly (LP). <b>Solidaridad vs. vida, una apuesta desapareja.</b> .....p.34
241. Golstein, Yamila. <b>Fuera de tanda.</b> .....p.32	269. Hecker, Andrea (LP). <b>Homo consumptor: Consumidor masculino posmoderno.</b> .....p.34
242. Gómez, Carolina (LP). <b>El negocio de los lubricantes.</b> .....p.32	270. Hecker, Cecilia (LP). <b>Ruidos y distorsiones. El fenómeno publicitario televisivo dirigido a niños.</b> .....p.34
243. Gómez Magariños, Samanta Vanesa (LP). <b>Crisis publicitaria, causas y consecuencias.</b> .....p.32	271. Herbstein, Andrés Nicolás (LP). <b>Avances tecnológicos aplicados a la música.</b> .....p.34
246. Gonçalves, Alfonso Jorge (LP). <b>Micro patriotismo en busca del marco patriotismo.</b> .....p.33	272. Hernández, María Florencia (LP). <b>La imagen y la palabra en Publicidad.</b> .....p.34
247. Gontier, Gisela (LP). <b>La Publicidad en el Mercosur. Barreras culturales.</b> .....p.33	279. Ibarra, Andrea F. (LP). <b>La virtualización de la sensación.</b> .....p.35
248. González, Jerónimo. <b>Sexualidad, jóvenes y Publicidad.</b> .....p.33	280. Ibarra García, Ignacio. <b>Juguemos en el bosque... (ética publicitaria).</b> .....p.35
249. González, María Soledad. <b>Comunicación interna en empresas de servicios.</b> .....p.33	281. Imposa, María de las Mercedes (LP). <b>En búsqueda de una identidad.</b> .....p.35
251. Gonzalez Benavidez, Mariana (LP). <b>El Big Bang nacional.</b> .....p.33	282. Iraola, Julián (LP). <b>Desafíos del Mercosur a la Publicidad institucional.</b> .....p.35
254. Grimaldi, Maximiliano. <b>D.N.I Documento Multinacional de Identidad.</b> .....p.33	283. Irigaray y Asúa, Verónica Inés (LP). <b>La guerra de las marcas: Líderes vs. propias.</b> .....p.35
256. Grossi, Mara (LP). <b>Publicidad y bien público.</b> .....p.33	284. Jahnke, Kathrin (LP). <b>El futuro de la Publicidad.</b> .....p.35
257. Guastini, María Emilia (LP). <b>Centrales en el medio.</b> .....p.33	287. Jebsen, Mónica (LP). <b>¿Los creativos reemplazan el área de cuentas?.</b> .....p.35
259. Guerrero, Analía (LP). <b>Sobredosis de sexo.</b> .....p.33	288. Jinich, Ariana M. (LP). <b>La mediación institucionalizada.</b> .....p.35
260. Guerrero Dewey, Silvina (LP). <b>Sexo polisémico.</b> .....p.34	290. Jordán, Joaquín (LP). <b>Crisis e imagen de marca país.</b> .....p.36
261. Guglielmino, Guido (PL). <b>Promoción de productos alimenticios y su marco legal.</b> .....p.34	

292. Kalmus, Mariano (LP). **El banner y su guión técnico.**  
.....p.36
293. Katz, Leandro (LP). **Publicidad y religión en los medios de Argentina en el período 1990-2000.**  
.....p.36
298. Klas, Tamara (LP). **Promoción de vinos finos argentinos en U.S.A.**  
.....p.36
299. Knop, Fabiola (LP). **Los medios de comunicación y la publicidad.**  
.....p.36
302. La Spina, Edgardo (LP). **Color, cultura y consumo.**  
.....p.36
303. La Venia, Mariano (LP). **Tu éxito es mi éxito. Liderazgo de opinión.**  
.....p.36
304. Labaton, Dana (LP). **Santa estrategia.**  
.....p.36
305. Lande, Marcela (LP). **Fútbol S.A.**  
.....p.36
307. Lareo, Soledad (LP). **Fue, es y será, siempre Coca-Cola.**  
.....p.37
308. Larrandart, Miguel (LP). **Personalidad corporativa. Importancia, control y comunicación de la personalidad de la empresa.**  
.....p.37
309. Lauría, Luciano (LP). **Modas creativas.**  
.....p.37
316. Leonetti, María Florencia (LP). **La publicidad efectiva. Los ojos puestos en la estrategia.**  
.....p.37
317. Lerer, Verónica Laura (LP). **El culto al consumo.**  
.....p.37
319. Levin, Gabriela (LP). **Bricks & clicks. Comportamiento del Consumidor.**  
.....p.37
325. Lolic Corvalán, Luciana (LP). **Cómo leer a un adolescente.**  
.....p.38
326. Longueira, Soledad (LP). **Campaña integral de bien público. Droga.**  
.....p.38
328. López, María Victoria (LP). **Sida: No mirar, no decir, no escuchar (censura).**  
.....p.38
329. López, Rocio (LP). **Mi querida Argentina.**  
.....p.38
330. López, Sergio (LP). **Adictos la información. Internet.**  
.....p.38
332. López Ascárate, Carolina (LP). **Publicidad rechazada. La Publicidad que nadie ve.**  
.....p.38
334. Loyato, Ileana (LP). **La guerra promocional entre Coca y Pepsi.**  
.....p.38
336. Luchía Puig, Mercedes (LP). **¿Publicidad subliminal o mensajes inadvertidos?.**  
.....p.38
339. Luna, Jorge Sebastián (LP). **Cuando la imagen vale mas que mil palabras.**  
.....p.39
340. Luna Requena, Patricio (LP). **El avance de las marcas.**  
.....p.39
342. Magurno, Marina (LP). **La mujer argentina y la Publicidad.**  
.....p.39
343. Mahfud, María José (LP). **Solos o acompañados.**  
.....p.39
344. Maierú, Gabriela Silvia (LP). **¿Las dueñas del deseo? El cuerpo de la mujer como protagonista de la publicidad.**  
.....p.39
345. Majdalani, María Guadalupe (LP). **Traducción simbólica de marcas competitivas.**  
.....p.39
348. Maqui, Ignacio (LP). **Media-boarding.**  
.....p.39
349. Marasco Benítez, María Zoraida (LP). **Creativos, al frente.**  
.....p.40
350. Marconi, Paula Soledad (LP). **Los movimientos anticorativos. Las multinacionales bajo la lupa.**  
.....p.40
351. Marengo, Alejo (LP). **Cómo las empresas logran orientar su gestión hacia el Diente.**  
.....p.40
352. Marín, Natalia (LP). **Tecnohumanización.**  
.....p.40
354. Marsó, María Magdalena (LP). **¡Conocerás a tus clientes!.**  
.....p.40

355. Martín, Mariana S. (LP). <b>Comunicar desde la imagen.</b> .....p.40	380. Moccia, Leandro Agustín (LP). <b>Revolución underground.</b> .....p.42
357. Martín Nicastro, Gonzalo (LP). <b>Nuestras débiles voluntades. Política y Publicidad</b> .....p.40	381. Modolo, Cintia Karina (LP). <b>Festivales publicitarios, la trastienda.</b> .....p.42
358. Martínez Baquero, Gustavo (LP). <b>La última decisión. Publicidad láctea.</b> .....p.40	382. Mohadeb, Jessica (LP). <b>El marketing promocional.</b> .....p.42
360. Martire, Julieta (LP). <b>La publicidad social.</b> .....p.40	386. Momburí, Marcelo (LP). <b>El mapa del tesoro oculto. Publicidad Turística.</b> .....p.42
361. Martos, Federico Nicolás (LP). <b>El cuarto oscuro. La crisis de la publicidad política.</b> .....p.40	387. Momdjian, Yanina Melina (LP). <b>El espectáculo. Nuevo co-equipper de la creatividad publicitaria.</b> .....p.42
364. Maximino, Carla (LP). <b>Los efectos de la publicidad audiovisual en las decisiones de los jóvenes.</b> .....p.41	389. Mosquera, María del Carmen (LP). <b>La promesa suntuaria.</b> .....p.42
366. Mazzocchi, Mauro César (LP). <b>Creatividad en internet. El nuevo desafío publicitario.</b> .....p.41	392. Moujan, María Marta (LP). <b>El consumidor de supermercados.</b> .....p.42
367. Mazzucco, Sebastian Guillermo (LP). <b>La Publicidad y el futbol amateur infantil.</b> .....p.41	394. Murekian, Irina (LP). <b>Guía turística de las grandes superficies.</b> .....p.42
368. Melo, Silvia Cristina (LP). <b>La televisión en busca del futuro.</b> .....p.41	398. Neira, Hernán (LP). <b>Fidelización, soborno y extorsión.</b> .....p.43
369. Méndez, Julio César (LP). <b>Mercaderes de la angustia. Consumo de tabaco y alcohol.</b> .....p.41	399. Nelson, Pablo Javier (LP). <b>Paraísos prohibidos. La comunicación de la Marihuana.</b> .....p.43
370. Méndez, María de las Mercedes (LP). <b>Estereotipos femeninos.</b> .....p.41	400. Niedzwiecki, Marina (LP). <b>Cadena perpetua a la Publicidad engañosa.</b> .....p.43
374. Merendoni, Daniel (LP). <b>Globalización y patterns publicitarios.</b> .....p.41	401. Obiglio, Cecilia (LP). <b>La radiografía de una imagen.</b> .....p.43
375. Merlo, Analía (LP). <b>Marketing filantrópico.</b> .....p.41	402. Ojeda, María Sol (LP). <b>Una cuestión de imagen. La política mediatizada.</b> .....p.43
376. Micó, Gonzalo (LP). <b>Marcas propias.</b> .....p.41	403. Oliveira, Karina (LP). <b>Una sociedad que no envejece.</b> .....p.43
377. Milán, María Julieta (LP). <b>La fuente de la eterna juventud.</b> .....p.41	404. Oller, María Belén (LP). <b>El espejo del marketing directo.</b> .....p.43
378. Milano, Pablo (LP). <b>Marca: Personaje. Construcción de imagen de personajes populares.</b> .....p.41	405. Olleros, María Cecilia (LP). <b>El nuevo varón post-moderno en la Publicidad.</b> .....p.43

409. Orlando, Julieta (LP). <b>Sponsor, una jugada de taquito.</b> .....p.44	437. Pérez, Gustavo (LP). <b>El punto de venta.</b> .....p.45
411. Oscaris, Hernán (LP). <b>Estética y narrativa en la TV argentina de los '90.</b> .....p.44	439. Pérsico, Juan (LP). <b>Publicidad y modelo de exclusión social.</b> .....p.46
412. Otaño, Tomás Carlos (LP). <b>El abogado del rating. Calidad de medición de audiencia.</b> .....p.44	442. Piñeiro Olloqui, Romina (LP). <b>Consumiendo letras.</b> .....p.46
413. Otegui, Romina (LP). <b>El posicionamiento del turismo argentino.</b> .....p.44	443. Pinto, Carla Romina (LP). <b>Ser o no ser. Como se vende el Teatro en la Argentina.</b> .....p.46
415. Palermo, María de la Paz (LP). <b>Made in casa. Marcas propias.</b> .....p.44	447. Plúgel, Erica Lorena (LP). <b>Pasión por el fútbol.</b> .....p.46
416. Panattoni, Sebastián (LP). <b>Proyectos mediados.</b> .....p.44	448. Poblete, Fernando (LP). <b>La creatividad publicitaria pensada para chicos.</b> .....p.46
418. Paniagua, Darío (LP). <b>La computación en el proceso creativo.</b> .....p.44	451. Poliak, Karina (LP). <b>Imagen perfilada.</b> .....p.46
422. Parra Barbero, Fernando (LP). <b>Publicidad rechazada o rechazo a la Publicidad.</b> .....p.44	452. Poliero, Pablo (LP). <b>Deliciosa al paladar.</b> .....p.46
423. Passerini, Mauricio (LP). <b>El discurso psicológico en Publicidad.</b> .....p.45	453. Polliedri, Pablo (LP). <b>Señales de humor.</b> .....p.46
424. Pastore, Pablo (LP). <b>Estilo creativo argentino vs. estilo creativo brasilero.</b> .....p.45	455. Portell, Mariana (LP). <b>Huellas que dejan marcas.</b> .....p.46
426. Patrón Sánchez, Verónica (LP). <b>Serás flaca o no serás nada.</b> .....p.45	456. Portillo, Gonzalo (LP). <b>Poder en Publicidad.</b> .....p.46
428. Pecini, Inés (LP). <b>Dime como te vistes y te diré qué cerveza tomas.</b> .....p.45	458. Prat, Eugenia (LP). <b>El humor aplicado a la Publicidad.</b> .....p.46
430. Pedreschi, Romina (LP). <b>La Publicidad argentina de los '90 como espectáculo.</b> .....p.45	460. Prina, Alejandro (LP). <b>Estado del arte. Comunicación global.</b> .....p.47
431. Pelliza, Mariano (LP). <b>Marcas propias en supermercados.</b> .....p.45	463. Querciotti, Mariela (LP). <b>Los modelos corporales del discurso publicitario.</b> .....p.47
433. Percal, Tamara (LP). <b>Los hijos del consumo.</b> .....p.45	464. Quiroga, Sol (LP). <b>La trastienda.</b> .....p.47
436. Pérez, Felicitas (LP). <b>Comunicación con diferentes "re-medios".</b> .....p.45	465. Raisman, Ricardo (LP). <b>La internet y sus influencias.</b> .....p.47
	471. Rampoldi, María Florencia (LP). <b>Modelos de ética que formula la Publicidad.</b> .....p.48
	473. Rastatter, Sebastián (LP). <b>Televisión interactiva. El medio del futuro.</b> .....p.48
	474. Ratto, Javier (LP). <b>Un cambio en las reglas de juego.</b> .....p.48

478. Rey, María Florencia (LP). **La responsabilidad social de la Publicidad.** .....p.48
479. Ridner, Débora (LP). **El marketing directo.** .....p.48
480. Riemer, Diego (LP). **La imagen distorsionada.** .....p.48
481. Riera, Paula Gimena (LP). **Hollywood en las tandas.** .....p.48
482. Riu, Germán (LP). **Paremos la pelota. Saturación en la recepción de los discursos publicitarios contruidos a través de estereotipos.** .....p.48
483. Rivas Francisco, Claudia (LP). **Cambios de hábitos.** .....p.48
484. Riverós, María Dolores (LP). **Marketing de juguetes.** .....p.48
485. Roca, Yanina (LP). **Las máscaras de la posmodernidad.** .....p.48
487. Rodríguez, Andrea (LP). **¡Buena presencia excluyente!** .....p.48
489. Rodríguez, Ignacio Sebastián (LP). **La comunicación filantrópica en Argentina.** .....p.49
492. Rodríguez, Nancy Fernanda (LP). **Yo, tú, él.. nosotros. La comunicación interpersonal.** .....p.49
493. Rodríguez, Roxana (LP). **La ilusión de una ilusión. El azar como estrategia publicitaria.** .....p.49
496. Rogato, Rosana (LP). **Escalando las mentes.** .....p.49
499. Rolando, Sebastián E. (LP). **PT + PNT = EP. La sinergia en televisión para alcanzar una mayor eficacia publicitaria.** .....p.49
501. Romero, Paula (LP). **Segmentación vs. discriminación.** .....p.50
502. Rossi, Gabriela (LP). **El cable en primer plano.** .....p.50
507. Rubaja, Iris (LP). **Packaging. El marketing de los sentidos.** .....p.50
509. Ruiz, Lucas Matias Enrique (LP). **Avisos que matan de risa. Humor transgresivo en publicidad.** .....p.50
510. Ruiz, Rodrigo Hernán (LP). **La efectividad en la creatividad publicitaria.** .....p.50
511. Russo, María Fernanda (LP). **La fotografía publicitaria.** .....p.50
512. Russo, Pablo E. (LP). **El medio como edificio.** .....p.50
514. Salcovich, Fabiana (LP). **Comunicación persuasiva. Publicidad y religión.** .....p.50
515. Saliba, Mariela (LP). **La fotografía publicitaria como argumento persuasivo.** .....p.50
516. Sallenave, Eduardo (LP). **Vida privada y publicidad.** .....p.51
519. Sánchez Botello, Laura (LP). **Internet.** .....p.51
521. Sandoval, Gonzalo (LP). **El jazz en la Argentina.** .....p.51
523. Saralegui, Mariana (LP). **Hoy arte y Publicidad.** .....p.51
525. Sastri, Alejandro (LP). **Publicidad, juventud y bebidas alcohólicas.** .....p.51
527. Scaramella, Julieta (LP). **Consumo de tabaco y restricciones a su Publicidad.** .....p.51
528. Schab, Ana (LP). **¿Qué ves cuando me ves? Juventud y Televisión.** .....p.51
533. Scolnic, Sabrina (LP). **La compra de espacios en medios, claves para una óptima negociación.** .....p.52
534. Scuka, Hernán Diego (LP). **Comics y cartoons en la Publicidad.** .....p.51
535. Secchi, Mariela Celina (LP). **El controvertido arte de posicionar. Las primeras marcas en el contexto Argentino.** .....p.51
537. Seriani, Jorge (LP). **La Publicidad como espectáculo.** .....p.52

538. Sgattoni, Martín (LP). **El mito andrógino.**  
.....p.52
541. Simonassi, Ana Lorena (LP). **Responsabilidad social empresaria en tiempos de crisis, y su incidencia en las comunicaciones.**  
.....p.52
542. Simonelli, Carolina (LP). **Publicidad, el octavo arte.**  
.....p.52
544. Sleizer, Daniel (LP). **La influencia del satélite en cable.**  
.....p.52
546. Somalo, Marianella (LP). **Familia y Publicidad en la posmodernidad.**  
.....p.52
548. Soriano, Diego Hernán (LP). **Publicidad: Su influencia en el consumo de cigarrillos durante la adolescencia.**  
.....p.53
549. Sosa Caballero, María Gabriela (LP). **La Publicidad que vende Publicidad.**  
.....p.53
550. Soto, Juan Diego (LP). **Humor sobre el agua. Cuando el humor hace milagros publicitarios.**  
.....p.53
553. Spini, Romina (LP). **Publicidad interactiva.**  
.....p.53
556. Stagnaro, Mauricio (LP). **Cuando se comunica a dos destructores. Tabaco y alcohol.**  
.....p.53
557. Stein, Marina (LP). **El shopping center. Un mundo de sensaciones.**  
.....p.53
558. Stettlet, Paula (LP). **Coca vs. Pepsi. El fútbol como medio publicitario de las grandes empresas de bebidas colas.**  
.....p.53
559. Stisman, Silvina (LP). **Fábrica de sueños. Moda, medios gráficos y publicidad.**  
.....p.53
560. Stolarz, Betiana (LP). **La televisión como difusora del consumo: Los Simpson.**  
.....p.53
561. Stoppel, Jessica (LP). **Marketing farmacéutico.**  
.....p.53
562. Straffezza Olaizola, Severo (LP). **Construcción imagen política del candidato en la televisión.**  
.....p.53
563. Straijer, Martín (LP). **Maldito humor. Cuando el chiste mata a la marca.**  
.....p.54
564. Suárez, Mariana Laura (LP). **Lo más profundo de lo superficial.**  
.....p.54
565. Sucheras, Rafael (LP). **El lado publicitario de la música.**  
.....p.54
566. Suraniti, Ariel Pablo (LP). **La globalización en Publicidad.**  
.....p.54
568. Swinyard, José Luis (LP). **Crisis, la oportunidad escondida.**  
.....p.54
569. Szalai, Federico (LP). **El humor como técnica creativa.**  
.....p.54
572. Tagliani, Hernán (LP). **El SIDA en los medios de comunicación.**  
.....p.54
574. Tamagni, Karina (LP). **El "boom" de las publicidades de bebidas alcohólicas.**  
.....p.54
575. Tapia, Carolina (LP). **Pauta invasiva. La Publicidad en la vida privada.**  
.....p.54
578. Tartarelli, Diego (LP). **La temeraria señorita ética.**  
.....p.55
579. Tavello, Mariana (LP). **El mercado de los niños.**  
.....p.55
582. Terzano, Martín Gabriel (LP). **La evolución del departamento de medios.**  
.....p.55
583. Toledo, Ulises Carlos (LP). **Un análisis al análisis de medios.**  
.....p.55
584. Tomassini, Sebastián (LP). **Aliados de la Publicidad.**  
.....p.55
586. Torreiro, Christian (LP). **Los avances de programas en la tanda publicitaria.**  
.....p.55
587. Torres Moreno, Carolina (LP). **El nuevo mandato femenino anda sobre ruedas. Caso Ford.**  
.....p.55

589. Tosi, Nicolás (LP). <b>El esponsor en el fútbol.</b> .....p.55	615. Villa, Marcela Corina (LP). <b>Comunicación política en la dictadura y en la democracia.</b> .....p.57
591. Trucco, Sofía (LP). <b>Marketing directo y crisis.</b> .....p.55	617. Villarreal, Silvana Florencia (LP). <b>Outplacement y outsourcing en el área de las comunicaciones.</b> .....p.57
592. Turner, Patricia (LP). <b>Pantalla gigante. La eficacia del cine publicitario.</b> .....p.55	618. Vinocur, Ariel (LP). <b>Canales de distribución. Sector relojero.</b> .....p.57
593. Ubeira Salim, Matías (LP). <b>Se presume donante, peligroso atajo. De la persuasión a la imposición.</b> .....p.56	621. Vivona, Ana Paula (LP). <b>La necesidad de lo específico. Marketing directo.</b> .....p.57
594. Urabayen, Carla Paola (LP). <b>Posicionamiento, imagen y estrategias.</b> .....p.56	622. Volpi, Andrea Vanesa (LP). <b>Adicción gris. Consumo compulsivo.</b> .....p.57
595. Urrutia, Laura Verónica (LP). <b>Publicidad verde.</b> .....p.56	623. Winkler, Gerardo (LP). <b>Marketing deportivo.</b> .....p.58
596. Uva, Juliana María (LP). <b>La fidelidad del consumidor.</b> .....p.56	625. Wolff, Gabriela (LP). <b>Influencia que tienen las acciones de marketing sobre el consumidor de tabaco.</b> .....p.58
597. Vaistub, Vanesa (LP). <b>Cosmética publicitaria. Manipulación de la imagen.</b> .....p.56	627. Woscoff, Florencia Paula (LP). <b>Políticos en campaña ¿propaganda o Publicidad?.</b> .....p.58
599. Valiño, María de las Victorias (LP). <b>Filmando ideas.</b> .....p.56	628. Yahía, Natalia (LP). <b>El supermercadismo en la Argentina: Caso Disco.</b> .....p.58
600. Vardé, María Alejandra (LP). <b>Juguemos a la tele...</b> .....p.56	630. Zamit, Gustavo Alejandro (LP). <b>YPF La comunicación de una empresa privada.</b> .....p.58
603. Vázquez, Mónica (LP). <b>La fotografía publicitaria aplicada a las gráficas de perfumes.</b> .....p.56	631. Zamora, Hernán Diego (LP). <b>Publicidad subliminal. Las dos caras de la seducción.</b> .....p.58
604. Vázquez, Verónica (LP). <b>La Publicidad y los más pequeños.</b> .....p.56	632. Zanutto, Leandro Ariel (LP). <b>Ni el huevo, ni la gallina.</b> .....p.58
608. Ventura, Martín (LP). <b>El tercer espacio. El cortometraje como nuevo medio publicitario.</b> .....p.57	
609. Vereá, Carlos Sebastián (LP). <b>Hipercomunicación.</b> .....p.57	
610. Veronesi, Carlos (LP). <b>24 horas frente a las noticias.</b> .....p.57	
611. Verrier, Julieta (LP). <b>@ Laboratorios. Marketing Farmacéutico.</b> .....p.57	
613. Vidal, Luz (LP). <b>La Publicidad subliminal.</b> .....p.57	
614. Vijnovsky, Hernán (LP). <b>Canal Nueve, canal nuevo.</b> .....p.57	
	<b>Licenciatura en Relaciones Públicas</b> <hr/>
	1. Abal, Luciano (LR). <b>Club Atletico Boca Juniors: Identidad e Imagen.</b> .....p.17
	2. Abecasis, Bárbara (LR). <b>Plan de comunicación interna para las entidades financieras: Caso Banco Píano S.A.</b> .....p.17
	5. Agasi, María Jimena (LR). <b>Educación para los medios audiovisuales. Propuestas de acción paramejorar los efectos de la televisión.</b> .....p.17

6. Agotegaray, Soledad (LR). <b>Posible deterioro de la imagen.</b> .....p.17	62. Bezzi, Fernanda (LR). <b>Mediación del profesional de relaciones públicas en los programas de capacitación gerencial.</b> .....p.21
9. Albónico, Marcelo Alberto (LR). <b>Cambios en las comunicaciones (RRPP).</b> .....p.17	64. Biestro, María Laura (LR). <b>La programación neuro-lingüística y barreras en la comunicación interna.</b> .....p.21
10. Albuixech, Cecilia (LR). <b>La importancia de la imagen pública.</b> .....p.17	65. Bignoli, Laura (LR). <b>Responsabilidad social empresarial.</b> .....p.21
11. Alcaraz, Alicia Soledad (LR). <b>Marketing de base de datos.</b> .....p.17	67. Blanco, Lilian (LR). <b>Fusiones y adquisiciones.</b> .....p.21
13. Alfonsín, María Laura (LR). <b>Estado de la cuestión del sector turístico y de la hospitalidad en la Argentina. Cómo el sector turístico hotelero intenta hacer frente a la crisis.</b> .....p.17	68. Blanco, Marina (LR). <b>La imagen de las empresas frente a acciones solidarias.</b> .....p.21
18. Altounián, Daniel Ricardo (LR). <b>Responsabilidad social de las empresas argentinas.</b> .....p.18	69. Boeris, Gimena (LR). <b>La nueva comunicación política.</b> .....p.21
24. Amigo, Agustina (LR). <b>Las Relaciones Públicas y las ONG's. Un camino hacia el desarrollo sustentable.</b> .....p.18	71. Boeykens, Paula (LR). <b>El pensamiento estratégico dentro de la empresa.</b> .....p.21
26. Andrés, Marianela (LR). <b>Mc Donald's: Comunicación interna.</b> .....p.18	93. Cáceres, Claudia (LR). <b>La imagen de Argentina.</b> .....p.23
29. Apesteguía, María Alejandra (LR). <b>El rol del relacionista público en el ámbito de la capacitación.</b> .....p.18	95. Cali, Daniela (LR). <b>La importancia de la comunicación interna en las empresas. Empresas de servicios - Hoteles cinco estrellas.</b> .....p.23
38. Arriola, Mariano Damián (LR). <b>Imagen.</b> .....p.19	101. Campodónico, Analía (LR). <b>Las Relaciones Públicas y su relación con la industria hotelera internacional.</b> .....p.23
43. Avati, Daniela (LR). <b>Los medios de comunicación como grupos de presión.</b> .....p.19	103. Capria, María Cecilia (LR). <b>Las Relaciones Públicas y el marketing farmacéutico.</b> .....p.23
44. Badías, Patricia (LR). <b>La imagen como motivadora de participación empresarial.</b> .....p.19	105. Carballo, Karina (LR). <b>Los objetivos que persigue la Filantropía.</b> .....p.23
56. Basaldúa, María Agustina (LR). <b>El manejo de la comunicación en la guerra de irak.</b> .....p.20	109. Carlesso, Ricardo J. (LR). <b>Las Relaciones Públicas empresariales en Argentina.</b> .....p.24
57. Bello, Susana (LR). <b>La expansión de la micro-empresa en Argentina.</b> .....p.20	111. Carluccio, María Victoria (LR). <b>Ética en las Relaciones Públicas.</b> .....p.24
58. Benítez, Celeste (LR). <b>La responsabilidad social.</b> .....p.20	113. Carrizo, Fabiana M. (LR). <b>El cine argentino. La valoración negativa del cine argentino.</b> .....p.24
59. Benítez Freire, Goldine (LR). <b>La mujer en el ámbito laboral.</b> .....p.20	114. Carrizo Guglielmino, María Pía (LR). <b>Relaciones museísticas.</b> .....p.24

115. Casado, María Belén (LR). <b><i>Sinergia en la Iglesia Católica. Aplicación de herramientas de comunicaciones integradas y marketing a la estructura de la Iglesia Católica.</i></b> .....p.24	181. Escobedo, Marcela (LR). <b><i>La influencia de las Relaciones Públicas en los fenómenos exitosos musicales de la actualidad argentina.</i></b> .....p.28
118. Casimiro, María Mercedes (LR). <b><i>Política y Relaciones Públicas.</i></b> .....p.24	184. Estévez, Andrea (LR). <b><i>Sida y comunicación.</i></b> .....p.29
124. Centanaro, Martín Alejandro (LR). <b><i>Las Relaciones Públicas en las PyME's.</i></b> .....p.25	187. Etchepare, María Eugenia (LR). <b><i>Comunicaciones integradas para PyME's. La comunicación integrada, eje de gerenciamiento estratégico de Publitec S.A.</i></b> .....p.29
130. Chico Giusti, María Carolina (LR). <b><i>Relaciones Públicas y bien público.</i></b> .....p.25	191. Fano, Soledad (LR). <b><i>La familia en la empresa.</i></b> .....p.29
133. Churba, Romina (LR). <b><i>La comunicación corporativa en el rubro óptico.</i></b> .....p.25	195. Farré Boldú, Eulalia (LR). <b><i>La construcción del acontecimiento por los medios masivos de comunicación.</i></b> .....p.29
141. Colli, Cecilia (LR). <b><i>La comunicación al servicio de las buenas causas.</i></b> .....p.26	196. Fazzari, Verónica Fernanda (LR). <b><i>Consultoras gastronómicas.</i></b> .....p.29
150. Cossio, María Ángeles (LR). <b><i>La nueva comunicación política.</i></b> .....p.26	198. Fenley, Laura. <b><i>Las Relaciones Públicas y la logística.</i></b> .....p.30
151. Cruz, Marina (LR). <b><i>La imagen interna de las empresas familiares.</i></b> .....p.26	202. Fernández de Cieza, Marcela Andrea (LR). <b><i>Las Relaciones Públicas, el deporte amateur, y el patrocinio.</i></b> .....p.29
152. Cundo, Anika (LR). <b><i>Corporate citizenship.</i></b> .....p.26	203. Fernández Delamer, Martín (LR). <b><i>Radio AM y opinión pública.</i></b> .....p.30
154. Czerwonogora, Natalia (LR). <b><i>Comunicación interna en las organizaciones.</i></b> .....p.27	207. Ferrari, Silvina (LR). <b><i>La profundidad de lo superficial.</i></b> .....p.30
155. D'agnino, Soledad (LR). <b><i>Pensar global, actuar local.</i></b> .....p.27	211. Fiorante, María Lia (LR). <b><i>La comunicación interna en los call centers.</i></b> .....p.30
156. D'Amore, Florencia (LR). <b><i>Fusiones y adquisiciones.</i></b> .....p.27	212. Fiore Sastre, Natalia (LR). <b><i>Cuestión de imagen.</i></b> .....p.30
166. Di Venezia, Flavia (LR). <b><i>Cuando los músicos no improvisan.</i></b> .....p.27	213. Ferreri, María José (LR). <b><i>La Unesco y la opinión pública.</i></b> .....p.30
173. Dubove, Paula (LR). <b><i>Lo esencial no es invisible a los ojos. La imagen en la era de la globalización.</i></b> .....p.28	224. Garat, Sofía (LR). <b><i>Los mejores rincones de un lugar único.</i></b> .....p.31
175. Echevarne, Mauro (LR). <b><i>Comunicación y fundraising. Caso LAIPEC.</i></b> .....p.28	225. García Lamberto, Mariela (LR). <b><i>La construcción del vínculo profesional entre las empresas y los medios.</i></b> .....p.31
179. Erut, Laura (LR). <b><i>Ética periodística.</i></b> .....p.28	228. Garmendía, María Laura (LR). <b><i>Internet y Relaciones Públicas en situación de crisis.</i></b> .....p.31

229. Garófalo, Mariano (LR). **La comunicación interna como herramienta estratégica para una auto imagen positiva. El enfoque erróneo. El cambio acertado.**  
.....p.31
232. Gelabert, Agustina (LR). **Empresa familiar. La pequeña y mediana empresa.**  
.....p.32
240. Giusto, Natacha (LR). **Fusión cultural.**  
.....p.32
245. Gómez Sánchez, María Alejandra (LR). **Generation. Las Relaciones Públicas en el espacio cibernético.**  
.....p.33
250. González, Mariana (LR). **El Big Bang nacional.**  
.....p.33
252. González Massenio, Diego H. (LR). **Imágenes múltiples. Hacia un enfoque alternativo.**  
.....p.33
253. Grehan, María José (LR). **Ice-Shake. Primer helado sin cadena de frío.**  
.....p.33
263. Gunning, Pablo (LR). **El rol de las Relaciones Públicas frente al marketing.**  
.....p.34
274. Hernando, Paula (LR). **Barreras públicas. Un aporte de las Relaciones Públicas a la sociedad.**  
.....p.34
276. Heyaca, María Eugenia (LR). **Manuela Rosas. Primera relacionista pública argentina.**  
.....p.34
278. Horvat, Aldana (LR). **El posicionamiento del producto a través de las Relaciones Públicas.**  
.....p.35
286. Jáuregui, Florencia (LR). **Relaciones Públicas cinco estrellas.**  
.....p.35
310. Lautieri, María Celeste (LR). **Las Relaciones Públicas dentro de la industria farmacéutica.**  
.....p.37
311. Lavenia, María Victoria (LR). **Fusiones y adquisiciones en Argentina.**  
.....p.37
312. Laventman, Edith (LR). **Comunicación interna. Una herramienta de la gestión empresarial.**  
.....p.37
313. Lee, Eugenia (LR). **Relaciones peligrosas. La mujer y las Relaciones Públicas.**  
.....p.37
315. León, María del Pilar (LR). **La relación y la comunicación entre directores y afiliados dentro del ámbito sindical.**  
.....p.37
320. Liberman, Marisa (LR). **Comunicación vs. recaudación de fondos para las ONG's.**  
.....p.38
321. Litvak, Laura G. (LR). **¡La familia! PyME's familiares y Relaciones Públicas.**  
.....p.37
324. Locreille, María Eugenia (LR). **La función del departamento de Relaciones Públicas.**  
.....p.38
331. López Arestín, Agustina (LR). **Mar del Plata. Reposicionamiento turístico.**  
.....p.38
333. Loustau, Agustina (LR). **Ante la mirada de todos. La importancia del público interno en la construcción de la imagen corporativa, en la mentede los públicos externos de las empresas de servicios.**  
.....p.38
338. Luna, Anahí Luján (LR). **Las Relaciones Públicas, más allá de los paradigmas tradicionales.**  
.....p.39
353. Marmetto, Martín Andrés (LR). **Plan de comunicación para cadenas de retail.**  
.....p.40
356. Martín, Romina Vanesa (LR). **Marca país Argentina. Una problemática a resolver.**  
.....p.40
365. Mazar Barnett, Juliana Sabrina (LR). **Ciberumores.**  
.....p.41
371. Mendizábal, Carolina R. (LR). **La desmotivación en acción.**  
.....p.41
373. Mercado, Rita Elizabeth (LR). **El activo más valioso.**  
.....p.41
379. Miragaya, Julieta (LR). **Afrontar la crisis con altura.**  
.....p.41
383. Moledo, Valeria (LR). **Las Pelaciones Públicas en las PyME's.**  
.....p.41
384. Molina, Jesica Andrea (LR). **La imagen de los peajes de la costa.**  
.....p.42
388. Moreno, Hernán (LR). **Violencia en el futbol.**  
.....p.42

390. Moughty Cueto, Pamela (LR). <b>Consultoras gastronómicas.</b>	438. Pérez Cuervo, Mariana (LR). <b>Herramientas para las ONG's. Las Relaciones Públicas como herramienta de comunicación en las Organizaciones No Gubernamentales.</b>
.....p.42	.....p.46
391. Mouján, María Inés (LR). <b>Responsabilidad social empresaria.</b>	440. Piazzoni, Cynthia (LR). <b>Exportar la marca argentina.</b>
.....p.42	.....p.46
393. Mraz, Jesica (LR). <b>Redescubriendo al Dircom.</b>	441. Piccinini, Ligia (LR). <b>Comunicación hospitalaria.</b>
.....p.42	.....p.46
395. Mustazza, Mariela Alejandra (LR). <b>La influencia de los medios de comunicación de masas en la formación de la opinión pública.</b>	444. Pizzoglio, Patricio (LR). <b>Comunicación y marketing político.</b>
.....p.43	.....p.46
396. Nahuelanca, María Marta (LR). <b>Responsabilidad social de las empresas.</b>	445. Planas, Sebastián (LR). <b>La imagen ecoturística de la Antártida.</b>
.....p.42	.....p.46
407. Orcajada, María Noel (LR). <b>La tercera dimensión. El bien público.</b>	449. Podestá, Paola (LR). <b>Aristóteles sigue vigente. Cómo actúa la retórica en los discursos sociales.</b>
.....p.43	.....p.46
408. Origoni, Alejandro (LR). <b>Las Relaciones Públicas en la República Argentina.</b>	454. Portela, Patricia (LR). <b>Consultoría en imagen y comunicación política.</b>
.....p.43	.....p.47
414. Otero, Diego M. (LR). <b>Las Relaciones Públicas como herramienta.</b>	470. Ramognini, Victoria (LR). <b>Auditoría de imagen en el sector público: Una herramienta para la prevención de crisis.</b>
.....p.44	.....p.48
417. Pane, Vanessa Julieta (LR). <b>El tango en el mundo contemporáneo.</b>	475. Ravettini, Ezequiel (LR). <b>Las Relaciones Públicas en la red.</b>
.....p.44	.....p.48
419. Panossian, Carolina Vanesa (LR). <b>Imagen y comunicación de las mujeres políticas. Caso Carrió.</b>	491. Rodríguez, María Luján (LR). <b>Imagen de marca: Patagonia Sur.</b>
.....p.44	.....p.49
420. Parella Terriel, Alejo (LR). <b>Imagen de artistas de rock.</b>	494. Rodríguez Menzer, Leticia (LR). <b>La transformación de los medios de comunicación en herramientas propagandísticas durante la guerra de Irak.</b>
.....p.44	.....p.49
421. Parotti, Luciana (LR). <b>Las Relaciones Públicas en las empresas de eventos.</b>	497. Roisi, Carolina (LR). <b>Satisfacción como diferenciador.</b>
.....p.44	.....p.49
425. Paternó, Juan Ignacio (LR). <b>La campaña política no cesa.</b>	498. Rojo, Marcela (LR). <b>Estrategias de comunicación institucional.</b>
.....p.45	.....p.49
429. Pedevilla, Albano (LR). <b>Marketing farmacéutico.</b>	503. Rouffet, Dominique (LR). <b>Las Relaciones Públicas y la actividad diplomática en el Mercosur. Aporte de las Relaciones Públicas al servicio exterior.</b>
.....p.45	.....p.50
434. Pereyra, César (LR). <b>Issues Management. Relaciones Públicas en las petroleras argentinas.</b>	504. Rozenwasser, Marcela (LR). <b>Sida: Si no eres parte de la solución, eres parte del problema.</b>
.....p.45	.....p.50
435. Pereyra Moine, Luz (LR). <b>Mujeres al poder. La mujer y el management.</b>	
.....p.45	

518. Sánchez, Silvina Laura (LR). <b>Ética profesional y Públicas.</b> .....p.51	602. Vázquez, María Eugenia (LR). <b>Asesoramiento sobre medios gráficos y su previo análisis.</b> .....p.56
520. Sánchez Vila, Marina (LR). <b>Imagen institucional del Jardín de Infantes St. Martin in the Fields.</b> .....p.51	605. Vázquez Goizueta, María Florencia (LR). <b>Internet. Una nueva herramienta de comunicación interna y la importancia de la misma ante una crisis organizacional.</b> .....p.56
522. Santillán, María Candelaria (LR). <b>Cómo evidenciar la necesidad de las Relaciones Públicas en las PyME's argentinas de servicios del 2000.</b> .....p.51	607. Vento, Vanesa Lorena (LR). <b>Transgénicos, ¿oposición o simple ignorancia?</b> .....p.56
524. Sardi, Florencia (LR). <b>Tic's en el ámbito empresarial (Tecnologías de Información y Comunicación).</b> .....p.51	612. Verschoor, Eliane (LR). <b>La gestión de crisis.</b> .....p.57
529. Schejtman, Clarisa (LR). <b>Relaciones Públicas en la sociedad civil argentina.</b> .....p.51	619. Viola, Martin Pablo (LR). <b>Circulaciones netas pagadas.</b> .....p.57
530. Scietti, Nicolás (LR). <b>Un lugar deseado.</b> .....p.51	624. Wolff, Carolina (LR). <b>Imagen deportiva y patrocinio. Fútbol y Relaciones Públicas.</b> .....p.57
531. Sciola, María Victoria (LR). <b>Espejismos de plata. Identidad Nacional Argentina.</b> .....p.52	629. Zambrano de Belling, Patricia (LR). <b>Turismo y Relaciones Públicas. Imagen turística de Salta.</b> .....p.58
536. Selva, Diego (LR). <b>La era de despidos masivos.</b> .....p.52	633. Zayas, Mariana (LR). <b>Si se puede, a casa. Teletrabajo.</b> .....p.58
539. Shalom, Nurit (LR). <b>Cuando los vientos de cambio soplan...</b> .....p.52	
545. Sliwkin, Marcelo Javier (LR). <b>Tango / 04 - comunicando país.</b> .....p.52	
551. Souriguez, Facundo (LR). <b>Comunicación corporativa. La comunicación como herramienta de gestión.</b> .....p.53	
555. Stafforini, Agustina (LR). <b>Plan de comunicaciones integradas: Caso Máxima AFJP.</b> .....p.53	
571. Taddei, Elisabet (LR). <b>La psicología social.</b> .....p.54	
581. Terranova, Rosana (LR). <b>La perdurabilidad de la imagen (sociedad posmoderna).</b> .....p.55	
588. Torres Roldán, María Soledad (LR). <b>Edward Bernays Freud.</b> .....p.55	
601. Vass, Romina Pamela (LR). <b>Cambio de imagen de la Policía Federal Argentina.</b> .....p.56	

**Empresas**

La empresa representa uno de los organismos vitales del acontecer socioeconómico. En forma permanente, ha sido campo para el acceso de los avances científicos, tecnológicos y culturales. Son un objeto permanente de estudio de los estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación.

En los últimos decenios, las organizaciones han establecido nuevos sistemas de gestión para satisfacer en cada medio las demandas y expectativas destinadas a eficientizar el aparato productivo. Estas acciones se organizan simultáneamente con la disposición de nuevas fórmulas de funcionamiento en estrategias de gestión y comunicación para la proyección de la organización en el contexto socioeconómico.

La agudeza de su problemática, proporciona un campo de estudio de innovaciones, paradigmas y estructuras, cuyo análisis permite orientar la producción innovadora del diseño y las comunicaciones aplicadas. Los propósitos y acciones de esta temática son:

> Estudiar las empresas de bienes y servicios, las condiciones y perspectivas, en el contexto de la globalización desde la perspectiva de los campos disciplinares del Diseño y la Comunicación.

> Estudiar los nuevos conceptos de producción, circulación y consumo, de bienes y servicios, y su relación con los requerimientos formulados al campo del Diseño y la Comunicación.

> Estudiar la dinámica de los sectores del mercado, y su relación con el Diseño y la Comunicación como factores integrados al proceso de producción y relevar y registrar las especificidades del sector público y la sociedad civil en relación con el quehacer empresarial, focalizando estos ámbitos en el marco de las disciplinas del Diseño y la Comunicación.

> Relevar y registrar las demandas de conocimiento generadas desde el mercado para establecer procesos óptimos en la enseñanza del diseño y la comunicación.

En esta línea se agrupan los siguientes Trabajos Finales de Grado producidos en la Facultad de Diseño y Comunicación en el período 1993-2004:

611. **@LABORATORIOS. Marketing Farmacéutico.** Verrier, Julieta. ....p.57

87. **Abriendo fronteras. Exportación de vinos al mercado español.** Burnet, Carolina. ....p.22

379. **Afrontar la crisis con altura.** Miragaya, Julieta. ....p.41

333. **Ante la mirada de todos. La importancia del público interno en la construcción de la imagen corporativa, en la mente de los públicos externos de las empresas de servicios.** Loustau, Agustina. ....p.38

602. **Asesoramiento sobre medios gráficos y su previo análisis.** Vázquez, María Eugenia. ....p.56

470. **Auditoria de imagen en el sector público: Una herramienta para la prevención de crisis.** Ramognini, Victoria. ....p.48

37. **Baby marketing.** Arnau, Lorena. ....p.19

36. **Bodegas Giandinotto.** Armiñán Boccoardo, Carolina. ....p.19

487. **¡Buena presencia excluyente!** Rodríguez, Andrea. ....p.49

601. **Cambio de imagen de la policía federal argentina.** Vass, Romina Pamela. ....p.56

9. **Cambios en las comunicaciones (RRPP).** Albónico, Marcelo Alberto. ....p.17

618. **Canales de distribución. Sector relojero.** Vinocur, Ariel. ....p.57

619. **Circulaciones netas pagadas.** Viola, Martín Pablo. ....p.57

1. **Club Atlético Boca Juniors: Identidad e Imagen.** Abal, Luciano. ....p.17

558. **Coca vs. Pepsi. El fútbol como medio publicitario de las grandes empresas de bebidas colas.** Stettlet, Paula. ....p.53

302. **Color, cultura y consumo.** La Spina, Edgardo. ....p.36

351. **Cómo las empresas logran orientar su gestión hacia el Diente.** Marengo, Alejo. ....p.40

436. <b>Comunicación con diferentes “re-medios”.</b> Pérez, Felicitas. .....p.45	568. <b>Crisis, la oportunidad escondida.</b> Swinyard, José Luis. .....p.54
249. <b>Comunicación interna en empresas de servicios.</b> González, María Soledad. .....p.33	539. <b>Cuando los vientos de cambio soplan...</b> Shalom, Nurit. .....p.52
154. <b>Comunicación interna en las organizaciones.</b> Czerwonogora, Natalia. .....p.27	212. <b>Cuestión de imagen.</b> Fiore Sastre, Natalia. .....p.30
312. <b>Comunicación interna. Una herramienta de la gestión empresarial.</b> Laventman, Edith. .....p.37	347. <b>Danone. Análisis técnico y económico para reducir costos de producción y distribución de yogur con cereal.</b> Manera, María Elena. .....p.39
320. <b>Comunicación vs. recaudación de fondos para as ONG’s.</b> Liberman, Marisa. .....p.33	254. <b>D.M.I Documento Multinacional de Identidad.</b> Grimaldi, Maximiliano. .....p.33
175. <b>Comunicación y fundraising. Caso LALCEC.</b> Echevarne, Mauro. .....p.28	373. <b>El activo más valioso.</b> Mercado, Rita Elizabeth. .....p.41
187. <b>Comunicaciones integradas para PyMEs. La comunicación integrada, eje del gerenciamiento estratégico de Publitec S.A.</b> Etchepare, María Eugenia. .....p.29	250. <b>El big bang nacional.</b> González, Mariana. .....p.33
355. <b>Comunicar desde la imagen.</b> Martin, Mariana S. .....p.40	404. <b>El espejo del marketing directo.</b> Oller, María Belén. .....p.43
551. <b>Comunicación corporativa.</b> Souriguez, Facundo. .....p.53	589. <b>El sponsor en el fútbol.</b> Tosi, Nicolás. .....p.55
444. <b>Comunicación y marketing político.</b> Pizzoglio, Patricio. .....p.46	56. <b>El manejo de la comunicación en la guerra de Irak.</b> Basaldúa, María Agustina. .....p.20
354. <b>¡Conocerás a tus clientes!</b> Marsó, María Magdalena. .....p.40	386. <b>El mapa del tesoro oculto. Publicidad turística.</b> Mombrú, Marcelo. .....p.42
196. <b>Consultoras gastronómicas.</b> Fazzari, Verónica Fernanda. .....p.29	479. <b>El marketing directo.</b> Ridner, Débora. .....p.48
390. <b>Consultoras gastronómicas.</b> Moughty Cueto, Pamela. .....p.42	382. <b>El marketing promocional.</b> Mohadeb, Jessica. .....p.42
454. <b>Consultoría en imagen y comunicación política.</b> Portela, Patricia. .....p.47	242. <b>El negocio de los lubricantes.</b> Gómez, Carolina. .....p.32
152. <b>Corporate citizenship.</b> Cundo, Anika. .....p.26	587. <b>El nuevo mandato femenino anda sobre ruedas. Caso Ford.</b> Torres Moreno, Carolina. .....p.55
217. <b>Crisis: cuando lo que está en juego es la imagen corporativa.</b> Furrer, Rosa Analía. .....p.31	71. <b>El pensamiento estratégico dentro de la empresa.</b> Boeykens, Paula. .....p.21
	278. <b>El posicionamiento del producto a través de las Relaciones Públicas.</b> Horvat, Aldana. .....p.35

413. <b>El posicionamiento del turismo argentino.</b> Otegui, Romina. .....p.44	311. <b>Fusiones y adquisiciones en Argentina.</b> Lavenia, María Victoria. .....p.37
397. <b>El público interno en función de la imagen corporativa de Metrored.</b> Nápoli, Horacio. .....p.43	231. <b>Globalización.</b> Gay, Josefina. .....p.32
49. <b>El rol de la comunicación en la reinserción del ejército en la sociedad argentina.</b> Balza, Santiago Javier. .....p.20	438. <b>Herramientas para las ONG's. Las Relaciones Públicas como herramienta de comunicación para las organizaciones no gubernamentales.</b> Pérez Cuervo, Mariana. .....p.46
262. <b>Empresa de telecomunicación: La comunicación de una imagen.</b> Gugliermetti, Ana Laura. .....p.34	253. <b>Ice-shake. Primer helado sin cadena de frío.</b> Grehan, María José. .....p.33
232. <b>Empresa familiar. La pequeña y mediana empresa.</b> Gelabert, Agustina. .....p.32	27. <b>Imagen corporativa. Fusiones y adquisiciones: Caso Repsol-YPF.</b> Angiorama, Carolina. .....p.18
531. <b>Espejismos de plata. Identidad nacional argentina.</b> Sciola, María Victoria. .....p.52	420. <b>Imagen de artistas de rock.</b> Parella Terriel, Alejo. .....p.44
13. <b>Estado de la cuestión del sector turístico y de la hospitalidad en la Argentina. Cómo el sector turístico hotelero intenta hacer frente a la crisis.</b> Alfonsín, María Laura. .....p.17	624. <b>Imagen deportiva y patrocinio. Fútbol y Relaciones Públicas.</b> Wolff, Carolina. .....p.58
4. <b>Estética y shopping.</b> Abramek, Karen. .....p.17	576. <b>Imagen empresaria en los servicios públicos.</b> Targize, Verónica. .....p.54
111. <b>Ética en las Relaciones Públicas.</b> Carluccio, María Victoria. .....p.24	520. <b>Imagen institucional del jardín de infantes St. Martin in the Fields.</b> Sánchez Vila, Marina. .....p.51
518. <b>Ética profesional y Relaciones Públicas.</b> Sánchez, Silvina Laura. .....p.51	451. <b>Imagen perfilada.</b> Poliak, Karina. .....p.46
98. <b>Eventos promocionales en períodos de vacaciones.</b> Camozzi, Alejandro. .....p.23	363. <b>Impacto creativo vs. imagen corporativa.</b> Massun, Verónica. .....p.40
616. <b>Exportación de un producto artesanal.</b> Villagra, Verónica. .....p.57	625. <b>Influencia que tienen las acciones de marketing sobre el consumidor de tabaco.</b> Wolff, Gabriela. .....p.58
307. <b>Fue, es y será, siempre Coca-Cola.</b> Lareo, Soledad. .....p.37	434. <b>Issues management. Relaciones Públicas en las petroleras argentinas.</b> Pereyra, César. .....p.45
240. <b>Fusión cultural.</b> Giusto, Natacha. .....p.32	140. <b>La cerveza y su envase.</b> Colell, Ingrid. .....p.26
67. <b>Fusiones y adquisiciones.</b> Blanco, Lilian. .....p.21	141. <b>La comunicación al servicio de las buenas causas.</b> Colli, Cecilia. .....p.26
156. <b>Fusiones y adquisiciones.</b> D'Amore, Florencia. .....p.27	208. <b>La comunicación corporativa en el plan de crisis.</b> Ferrero, Federico. .....p.30

133. <b>La comunicación corporativa en el rubro óptico.</b> Churba, Romina. .....p.25	93. <b>La imagen de Argentina.</b> Cáceres, Claudia. .....p.23
183. <b>La comunicación de los productos farmacéuticos.</b> Esponda, Georgina. .....p.29	68. <b>La imagen de las empresas frente a acciones solidarias.</b> Blanco, Marina. .....p.21
489. <b>La comunicación filantrópica en Argentina.</b> Rodríguez, Ignacio Sebastián. .....p.49	384. <b>La imagen de los peajes de la costa.</b> Molina, Jessica Andrea. .....p.42
123. <b>La comunicación institucional en las empresas.</b> Cavalli, Diego E. .....p.25	445. <b>La imagen ecoturística de la Antártida.</b> Planas, Sebastián. .....p.46
229. <b>La comunicación interna como herramienta estratégica para una autoimagen positiva. El enfoque erróneo. El cambio acertado.</b> Garófalo, Mariano. .....p.31	151. <b>La imagen interna de las empresas familiares.</b> Cruz, Marina. .....p.26
211. <b>La comunicación interna en los call centers.</b> Fiorante, María Lia. .....p.30	95. <b>La importancia de la comunicación interna en las empresas. Empresas de servicios - hoteles cinco estrellas.</b> Cali, Daniela. .....p.23
225. <b>La construcción del vínculo profesional entre las empresas y los medios.</b> García Lamberto, Mariela. .....p.31	181. <b>La influencia de las Relaciones Públicas en los fenómenos exitosos musicales de la actualidad argentina.</b> Escobedo, Marcela. .....p.28
371. <b>La desmotivación en acción.</b> Mendizábal, Carolina R. .....p.41	621. <b>La necesidad de lo específico. Marketing directo.</b> Vivona, Ana Paula. .....p.57
536. <b>La era de despidos masivos.</b> Selva, Diego. .....p.52	69. <b>La nueva comunicación política.</b> Boeris, Gimena. .....p.21
173. <b>Lo esencial no es invisible a los ojos. La imagen en la era de la globalización.</b> Dubove, Paula. .....p.28	150. <b>La nueva comunicación política.</b> Cossio, María Ángeles. .....p.26
57. <b>La expansión de la microempresa en Argentina.</b> Bello, Susana. .....p.20	572. <b>La organización luchemos por la vida, la efectividad en los mensajes.</b> Tagliani, Juan Ignacio. .....p.54
191. <b>La familia en la empresa.</b> Fano, Soledad. .....p.29	164. <b>La pelota de oro. El negocio de el fútbol.</b> Di Gregorio, Leandro. .....p.27
321. <b>¡La familia! PyMEs familiares y Relaciones Públicas.</b> Litvak, Laura G. .....p.38	581. <b>La perdurabilidad de la imagen (sociedad posmoderna).</b> Terranova, Rosana. .....p.55
612. <b>La gestión en crisis.</b> Verschoor, Eliane. .....p.57	389. <b>La promesa suntuaria.</b> Mosquera, María del Carmen. .....p.42
334. <b>La guerra promocional entre Coca y Pepsi.</b> Loyato, Ileana. .....p.38	315. <b>La relación y la comunicación entre directores y afiliados dentro del ámbito sindical.</b> León, María del Pilar. .....p.37
44. <b>La imagen como motivadora de participación empresaria.</b> Badias, Patricia. .....p.19	58. <b>La responsabilidad social.</b> Benítez, Celeste. .....p.20

466. <b>La seducción del perfume.</b> Ramírez, Karina. .....p.47	338. <b>Las Relaciones Públicas, más allá de los paradigmas tradicionales.</b> Luna, Anahí Luján. .....p.39
174. <b>La situación actual de Argentina (crisis).</b> Echagüe, Guillermo. .....p.28	503. <b>Las Relaciones Públicas y la actividad diplomática en el Mercosur. Aporte de las Relaciones Públicas al servicio exterior.</b> Rouffet, Dominique. .....p.50
104. <b>La sponsorización en el tenis.</b> Carbajo, Carolina. .....p.23	198. <b>Las Relaciones Públicas y la logística.</b> Fenley, Laura. .....p.30
407. <b>La tercera dimensión el bien público.</b> Orcajada, María Noel. .....p.43	24. <b>Las Relaciones Públicas y las ONG's. Un camino hacia el desarrollo sustentable.</b> Amigo, Agustina. .....p.18
494. <b>La transformación de los medios de comunicación en herramientas propagandísticas durante la guerra de Irak.</b> Rodríguez Menzer, Leticia. .....p.49	101. <b>Las Relaciones Públicas y su relación con la industria hotelera internacional.</b> Campodónico, Analía. .....p.23
358. <b>La última decisión. Publicidad láctea.</b> Martínez Baquero, Gustavo. .....p.40	205. <b>Levi's y la discriminación.</b> Fernández Pelayo, Anabella. .....p.30
213. <b>La UNESCO y la opinión pública.</b> Ferreri, María José. .....p.30	173. <b>Lo esencial no es invisible a los ojos. La imagen en la era de la globalización.</b> Dubove, Paula. .....p.28
244. <b>Laboratorios beta. Su imagen en el mercado farmacéutico argentino.</b> Gómez Martino, María Laura. .....p.32	564. <b>Lo más profundo de lo superficial.</b> Suárez, Mariana Laura. .....p.54
91. <b>Las PyMEs y la publicidad.</b> Caba, Karina. .....p.23	350. <b>Los movimientos anticorativos. Las multinacionales bajo la lupa.</b> Marconi, Paula Soledad. .....p.39
414. <b>Las Relaciones Públicas como herramienta.</b> Otero, Diego M. .....p.44	105. <b>Los objetivos que persigue la filantropía corporativa.</b> Carballo, Karina. .....p.23
310. <b>Las Relaciones Públicas dentro de la industria farmacéutica.</b> Lautieri, María Celeste. .....p.37	276. <b>Manuela Rosas. Primera relacionista pública argentina.</b> Heyaca, María Eugenia. .....p.35
109. <b>Las Relaciones Públicas empresariales en Argentina.</b> Carlesso, Ricardo J. .....p.24	331. <b>Mar del Plata. Reposicionamiento turístico.</b> López Arestín, Agustina. .....p.38
421. <b>Las Relaciones Públicas en las empresas de eventos.</b> Parotti, Luciana. .....p.44	3. <b>Marketing de base de datos.</b> Abraham, Pablo. .....p.17
124. <b>Las Relaciones Públicas en las PyMEs.</b> Centanaro, Martín Alejandro. .....p.25	484. <b>Marketing de juguetes.</b> Riverós, María Dolores. .....p.48
383. <b>Las Relaciones Públicas en las PyMEs.</b> Moledo, Valeria. .....p.42	623. <b>Marketing deportivo.</b> Winkler, Gerardo. .....p.57
201. <b>Las Relaciones Públicas, el deporte amateur y el patrocinio.</b> Fernández de Cieza, Marcela Andrea. .....p.30	591. <b>Marketing directo y crisis.</b> Trucco, Sofía. .....p.55

429. <b>Marketing farmacéutico.</b> Pedevilla, Albano. .....p.45	594. <b>Posicionamiento, imagen y estrategias.</b> Urabayen, Carla Paola. .....p.56
561. <b>Marketing farmacéutico.</b> Stoppel, Jessica. .....p.53	298. <b>Promoción de vinos finos argentinos en U.S.A.</b> Klas, Tamara. .....p.36
375. <b>Marketing filantrópico.</b> Merlo, Analía. .....p.41	416. <b>Proyecto Mediados.</b> Panattoni, Sebastián. .....p.44
26. <b>Mc Donald's: Comunicación interna.</b> Andrés, Marianela. .....p.18	393. <b>Redescubriendo al Dircom.</b> Mraz, Jesica. .....p.42
348. <b>Media-boarding.</b> Maqui, Ignacio. .....p.39	114. <b>Relaciones museísticas.</b> Carrizo Guglielmino, María Pía. .....p.24
34. <b>Megaproductos.</b> Argento, Ricardo. .....p.19	286. <b>Relaciones Públicas cinco estrellas.</b> Jáuregui, Flo- rencia. .....p.35
246. <b>Micro patriotismo en busca del macro patrio- tismo.</b> Gonçalves, Alfonso Jorge. .....p.33	396. <b>Responsabilidad social de las empresas.</b> Nahuelanca, María Marta. .....p.42
432. <b>Moda 100% argentina.</b> Perales del Castillo, Fernanda. .....p.45	65. <b>Responsabilidad social empresaria.</b> Bignoli, Laura. .....p.21
357. <b>Nuestras débiles voluntades. Política y publi- cidad.</b> Martín Nicastro, Gonzalo. .....p.40	391. <b>Responsabilidad social empresaria.</b> Mouján, María Inés. .....p.42
617. <b>Outplacement y outsourcing en el área de las comunicaciones.</b> Villarreal, Silvana Florencia. .....p.57	541. <b>Responsabilidad social empresaria en tiempos de crisis, y su incidencia en las comunicaciones.</b> Simonassi, Ana Lorena. .....p.52
447. <b>Pasión por el fútbol.</b> Plúgel, Erica Lorena. .....p.46	497. <b>Satisfacción como diferenciador.</b> Roisi, Carolina. .....p.49
155. <b>Pensar global, actuar local.</b> D'agnino, Soledad. .....p.27	230. <b>Se vende cultura. El mercado del arte.</b> Gavioli Bleta, Laila. .....p.32
264. <b>Pequeños grandes consumidores. Marketing infantil.</b> Hanono, Paula. .....p.34	443. <b>Ser o no ser. Como se vende el teatro en la argentina.</b> Pinto, Carla Romina. .....p.46
308. <b>Personalidad corporativa. Importancia, control y comunicación de la personalidad de la empresa.</b> Larrandart, Miguel. .....p.37	633. <b>Si se puede, a casa. Teletrabajo.</b> Zayas, Mariana. .....p.58
2. <b>Plan de comunicación interna para las entidades financieras: Caso Banco Píano S.A.</b> Abecasis, Bárbara. .....p.17	504. <b>Sida: Si no eres parte de la solución, eres parte de el problema.</b> Rozenwasser, Marcela. .....p.50
31. <b>¿Políticos creativos o creativos políticos?.</b> Aranda, Juan F. .....p.19	115. <b>Sinergia en la iglesia católica. Aplicación de herramientas de comunicaciones integradas y marketing a la estructura de la iglesia católica.</b> Casado, María Belén. .....p.24
6. <b>Posible deterioro de la imagen.</b> Agotegaray, So- ledad. .....p.17	

343. <b>Solos o acompañados.</b> Mahfud, María José.	p.39
222. <b>Sponsor, estrella publicitaria.</b> Gammuto, Andrés Sebastián.	p.31
409. <b>Sponsor; una jugada de taquito.</b> Orlando, Julieta.	p.44
524. <b>Tic's en el ámbito empresarial (Tecnologías de Información y Comunicación).</b> Sardi, Florencia.	p.51
607. <b>Transgénicos, ¿oposición o simple ignorancia?.</b> Vento, Vanesa Lorena.	p.56
51. <b>Transnacionalización de las sociedades y el caso Bazooka.</b> Bardini, Martín.	p.20
629. <b>Turismo y Relaciones Públicas. Imagen turística de Salta.</b> Zambrano de Belling, Patricia.	p.58
530. <b>Un lugar deseado.</b> Scietti, Nicolás.	p.51
517. <b>Un mercado en crisis. Diseño y producción de indumentaria y textil (Modas).</b> Sammartino, María Laura.	p.51
341. <b>Un país. Una empresa: Arcor.</b> Machiavelli, Silvina.	p.39
210. <b>Viento blanco.</b> Figueras, Cristian.	p.30
388. <b>Violencia en el fútbol.</b> Moreno, Hernán.	p.42
492. <b>Yo, tú, él... Nosotros. La comunicación interpersonal.</b> Rodríguez, Nancy Fernanda.	p.49
630. <b>YPF. La comunicación de una empresa privada.</b> Zamit, Gustavo Alejandro.	p.58
266. <b>Zapatillas, marketing y... ¿violencia?.</b> Hardy Hulme, Jennifer.	p.34

## **Marcas**

La marca constituye actualmente uno de los elementos más significativos de la sociedad contemporánea, tanto en lo referente al mercado de producción, como a los procesos de circulación y de significación en el ámbito cultural. Como generadora de valor, la marca es considerada como unidad de análisis sintetizadora de cuestiones referidas al mercado, a las prácticas culturales, a la construcción de identidades y a los patrones estéticos. Los estudios sobre el surgimiento, posicionamiento y comportamiento de las marcas han sido realizados en forma fragmentaria, y en la actualidad no se registran abordajes integrales, que permitan secuenciar los impactos y transformaciones de las que fueron objeto. La recopilación, registro y análisis en torno de las marcas, constituye un recurso estratégico para la creación y la innovación de los profesionales del diseño y las comunicaciones aplicadas.

Los propósitos y acciones de esta temática son:

- > Rescatar y preservar el patrimonio visual, cultural y económico que constituyen las marcas comerciales.
- > Investigar y analizar el proceso gráfico y evolutivo de las marcas, desde sus inicios a la actualidad.
- > Realizar una historia integral de las marcas nacionales que posean una amplia trayectoria, tradición y persistencia.
- > Analizar las marcas transformadas en genéricos.
- > Relevar, registrar y analizar la relación de las marcas con la dinámica de las organizaciones empresariales.
- > Analizar el alcance de la marca en los procesos de comunicación.

En esta línea se agrupan los Trabajos Finales de Grado producidos en la Facultad de Diseño y Comunicación en el período 1993-2004:

508. <b>Alma, lencería femenina.</b> Ruggieri, Silvana.	p.50
290. <b>Crisis e imagen de Marca-país.</b> Jordán, Joaquín.	p.36
428. <b>Dime como te vistes y te diré qué cerveza tomas.</b> Pecini, Inés.	p.45
340. <b>El avance de las marcas.</b> Luna Requena, Patricio.	p.39
535. <b>El controvertido arte de posicionar. Las primeras marcas en el contexto argentino.</b> Secchi, Mariela Celina.	p.52
317. <b>El culto al consumo.</b> Lerer, Verónica Laura.	p.37
119. <b>El mundial de las marcas.</b> Castelletti, Vanina.	p.24
440. <b>Enfrentamiento entre dos culturas a través del diseño.</b> Polastri, Juliana	p.46

450. **Exportar la marca argentina.** Piazzoni, Cynthia.  
.....p.45
398. **Fidelización, soborno y extorsión.** Neira,  
Hernán.  
.....p.43
455. **Huellas que dejan marcas.** Portell, Mariana.  
.....p.47
255. **Identidad cultural del Barrio de La Boca.**  
Grobocopatel, Natalia.  
.....p.33
491. **Imagen de marca: Patagonia Sur.** Rodríguez,  
María Luján.  
.....p.49
74. **La fidelidad de las marcas.** Bonadeo, Martín.  
.....p.21
596. **La fidelidad del consumidor.** Uva, Juliana María.  
.....p.56
283. **La guerra de las marcas: Líderes vs. propias.**  
Irigaray y Asúa, Verónica Inés.  
.....p.35
318. **La imagen vs. el precio.** Lescano Cameriere,  
Florencia.  
.....p.37
238. **La marca como entidad corporativa.** Giménez,  
Silvina Martha.  
.....p.32
136. **La marca como identidad comparativa - pro-  
yecto editorial.** Clavier Grüber, María Jeannette.  
.....p.25
168. **La personalidad de marcas.** Díaz Brennan,  
Natalia.  
.....p.28
146. **Made in Argentina: para nosotros y para el  
mundo.** Coppola, Patricia.  
.....p.26
415. **Made in casa. Marcas propias.** Palermo, María  
de la Paz.  
.....p.44
356. **Marca-país argentina. Una problemática a  
resolver.** Martín, Romina Vanesa.  
.....p.40
378. **Marca: personaje. Construcción de imagen  
de personajes populares.** Milano, Pablo.  
.....p.41
237. **Marcas en momentos de crisis.** Giménez,  
Sebastián.  
.....p.32
376. **Marcas propias.** Micó, Gonzalo.  
.....p.41
431. **Marcas propias en supermercados.** Pelliza,  
Mariano.  
.....p.45
500. **Moda, identidad y consumo.** Román, Verónica.  
.....p.50
372. **Moda e identificación.** Merayo, María Gabriela.  
.....p.41
277. **Museo Etnográfico entre la memoria y la co-  
municación.** Hokama, Ezequiel.  
.....p.35
76. **No hay mal que dure cine años. Pero remedios,  
sí. Caso: Bayer, Bayaspirina / Cafiaspirina.** Bonora,  
Gabriela.  
.....p.22
477. **Proyecto Argentina diseño integral.  
Argentina textil / Argentina gráfica / Argentina  
industrial / Argentina multimedial.** Repetto  
Benavides, Matías.  
.....p.48
525. **Publicidad, juventud y bebidas alcohólicas.**  
Sastri, Alejandro.  
.....p.51
206. **Señales de identidad.** Ferrando, Débora.  
.....p.30
545. **Tango / 04 - comunicando país.** Sliwkin, Marcelo  
Javier.  
.....p.52
159. **Tango, mate y otras yerbas (Marca-país).** De  
Carlo, Daniela.  
.....p.27
345. **Traducción simbólica de marcas competitivas.**  
Majdalani, María Guadalupe.  
.....p.39

## Medios

Los medios son los principales actores comunicacionales que determinan las prácticas sociales, políticas, económicas, culturales del mundo contemporáneo. Constituyen las formas de representación de los horizontes de la realidad, reproducen prácticas y dimensiones valorativas de las mismas.

La presencia de los medios determina las lógicas de las necesidades contemporáneas, modelando las demandas y realizando propuestas que ligán la producción y el consumo, mientras adhiere posibilidades de difusión de modos de vida y expresiones culturales. Son ámbitos de creación y de renovada influencia en las experiencias de lo público y lo privado.

Medios gráficos, televisión, radio, cine y nuevos medios digitales, son soportes privilegiados de reproducción de saberes, de concepciones estéticas, de información, y de múltiples estrategias que determinan la idea de mundo y sus posibilidades de transformación.

El estudio integral del repertorio de procesos artísticos, estéticos, creativos, y sus correspondientes efectos, permiten la construcción de un valioso conocimiento, para avanzar en el pensamiento crítico y en la renovación constante de la formación de profesionales del Diseño y la Comunicación.

Los propósitos y acciones de esta temática son:

> Analizar la historia de los medios, evolución, difusión, y vinculación con las corrientes artísticas, focalizando tradiciones e innovaciones.

> Relevar, describir y analizar la producción de medios a partir de géneros, lenguajes y estilos, en el campo del diseño y las comunicaciones.

> Estudiar los medios en el escenario de las nuevas tecnologías, en cuanto a su estructura, dinámica y alcances.

> Estudiar el impacto y significación de los medios en la conformación de la vida cotidiana pública y privada. El uso y los efectos institucionales, sociales, empresariales y de circulación de bienes y servicios y consumo de los mismos.

> Estudiar los medios como variable estratégica para la gestión de empresas, instituciones y personas.

> Analizar las cuestiones éticas de los medios y el rol de los profesionales en la comunicación responsable. En esta línea se agrupan los Trabajos Finales de Grado producidos en la Facultad de Diseño y Comunicación en el período 1993-2004:

610. **24 horas frente a las noticias.** Veronesi, Carlos.  
.....p.57
622. **Adicción gris. Consumo compulsivo.** Volpi, Andrea Vanesa.  
.....p.57
330. **Adictos la información. Internet.** López, Sergio.  
.....p.38
186. **Ahora decimos P.N.T.** Etchebehere, Catalina.  
.....p.29
584. **Aliados de la publicidad.** Tomassini, Sebastián.  
.....p.55
131. **Análisis comparativo entre la publicidad y las promociones en la Argentina de los '90.** Chiera, Christian Javier.  
.....p.25
449. **Aristóteles sigue vigente. Cómo actúa la retórica en los discursos sociales.** Podestá, Paola.  
.....p.46
509. **Avisos que matan de risa. Humor transgresivo en publicidad.** Ruiz, Lucas Matías Enrique.  
.....p.50
274. **Barreras públicas. Un aporte de las Relaciones Públicas a la sociedad.** Hernando, Paula.  
.....p.34
193. **Bienvenida sea la muerte al mundo de la publicidad.** Faricelli, Virginia.  
.....p.29
265. **Biopics. Mujeres famosas en el cine.** Harari, Alberto.  
.....p.34
400. **Cadena perpetua a la publicidad engañosa.** Niedzwiecki, Marina.  
.....p.43
483. **Cambios de hábitos.** Rivas Francisco, Claudia.  
.....p.48
326. **Campaña integral de bien público. Drogas.** Longueira, Soledad.  
.....p.38
614. **Canal nueve, canal nuevo.** Vijnovsky, Hernán.  
.....p.57
257. **Centrales en el medio.** Guastini, María Emilia.  
.....p.33
365. **Ciberumores.** Mazar Barnett, Juliana Sabrina.  
.....p.41
96. **Cine independiente argentino de los '90.** Callari, Marta.  
.....p.23
327. **Cine y moda: El cine como generador de nuevas tendencias de moda.** López, María Laura.  
.....p.38
534. **Comics y cartoons en la publicidad.** Scuka, Hernán Diego.  
.....p.52
522. **Cómo evidenciar la necesidad de las Relaciones Públicas en las PyMEs argentinas de servicios del 2000.** Santillán, María Candelaria.  
.....p.51

325. **Cómo leer a un adolescente.** Lolich Corvalán, Luciana.  
.....p.38
47. **Como tal... La influencia publicitaria en la vestimenta de los jóvenes.** Balbinot, Gabriel.  
.....p.20
441. **Comunicación hospitalaria.** Piccinini, Ligia.  
.....p.46
514. **Comunicación persuasiva. Publicidad y religión.** Salcovich, Fabiana.  
.....p.50
562. **Construcción imagen política del candidato en la televisión.** Straffezza Olaizola, Severo.  
.....p.53
442. **Consumiendo letras.** Piñeiro Olloqui, Romina.  
.....p.46
527. **Consumo de tabaco y restricciones a su publicidad.** Scaramella, Julieta.  
.....p.51
597. **Cosmética publicitaria. Manipulación de la imagen.** Vaistub, Vanesa.  
.....p.56
167. **Creatividad dirigida al sector de público joven.** Diaz Andrade, Martín.  
.....p.27
85. **Creatividad e innovación en la estrategia de medios.** Brüel, Victoria.  
.....p.22
366. **Creatividad en internet. El nuevo desafío publicitario.** Mazzocchi, Mauro César.  
.....p.41
243. **Crisis publicitaria, causas y consecuencias.** Gómez Magariños, Samanta Vanesa.  
.....p.32
339. **Cuando la imagen vale mas que mil palabras.** Luna, Jorge Sebastián.  
.....p.39
166. **Cuando los músicos no improvisan.** Di Venezia, Flavia.  
.....p.27
556. **Cuando se comunica a dos destructores. Tabaco y alcohol.** Stagnaro, Mauricio.  
.....p.53
121. **Culto a falsos dioses. Los ídolos de la televisión.** Cattani, Pablo Javier.  
.....p.25
102. **Dame "Mass" Rock.** Capitini, María Fernanda.  
.....p.23
452. **Deliciosa al paladar.** Poliero, Pablo.  
.....p.46
306. **De los cadáveres exquisitos al MTV.** Lanne, Javier.  
.....p.37
180. **De mi no rías. La publicidad que discrimina.** Escati Peñaloza, Luciana.  
.....p.28
282. **Desafíos del Mercosur a la publicidad institucional.** Iraola, Julián.  
.....p.35
289. **Desde adentro. El lado oscuro de la masonería.** Johnson, Martín.  
.....p.36
110. **Diario La Puerta.** Carletti, Fabiana.  
.....p.24
54. **Diario Panorama Semanal.** Barrancos, Martín H.  
.....p.20
55. **Diseño editorial y cultura joven.** Barreiro, María Leonor.  
.....p.20
467. **Dos revistas y su banda.** Ramírez, María de las Mercedes.  
.....p.47
5. **Educación para los medios audiovisuales. Propuestas de acción para mejorar los efectos de la televisión.** Agasi, María Jimena.  
.....p.17
588. **Edward Bernays Freud.** Torres Roldán, María Soledad.  
.....p.55
251. **El Big Bang nacional.** Gonzalez Benavidez, Mariana.  
.....p.33
574. **El "boom" de las publicidades de bebidas alcohólicas.** Tamagni, Karina.  
.....p.54
412. **El abogado del rating. Calidad de medición de audiencia.** Otaño, Tomás Carlos.  
.....p.44
292. **El banner y su guión técnico.** Kalmus, Mariano.  
.....p.36
92. **El bien y el mal.** Cabezón, Gustavo.  
.....p.23

143. <b>El blue jean: ¿Símbolo erótico o polémico?</b> . Conti Gómez, María Teresa. .....p.26	72. <b>El nuevo rol social de la publicidad como forma de comunicación.</b> Bogunovich, Georgina Analía. .....p.21
502. <b>El cable en primer plano.</b> Rossi, Gabriela. .....p.50	405. <b>El nuevo varón postmoderno en la publicidad.</b> Olleros, María Cecilia. .....p.43
113. <b>El cine argentino. La valoración negativa del cine argentino.</b> Carrizo, Fabiana M. .....p.24	117. <b>El oeste, semanario de caseros.</b> Caserta, Gabriela. .....p.24
361. <b>El cuarto oscuro. La crisis de la publicidad política.</b> Martos, Federico Nicolás. .....p.40	21. <b>El patrocinio en el automovilismo argentino. Una alternativa poco explorada.</b> Álvarez, Pablo Mario. .....p.18
459. <b>El curandero. Historia de un hombre solo.</b> Prelat, María Mercedes. .....p.47	216. <b>El público joven de AM.</b> Frost, Lorena Paula. .....p.31
423. <b>El discurso psicológico en publicidad.</b> Passerini, Mauricio. .....p.45	437. <b>El punto de venta.</b> Pérez, Gustavo. .....p.45
359. <b>El diseñador editorial como nexo entre el periodismo gráfico y su público lector.</b> Martínez Ventura, Eugenia Belén. .....p.40	226. <b>El rol de la creatividad en la publicidad argentina actual.</b> García Rabell, Emmanuel. .....p.31
387. <b>El espectáculo. Nuevo co-equiper de la creatividad publicitaria.</b> Momdjian, Yanina Melina. .....p.42	263. <b>El rol de las Relaciones Públicas frente al marketing.</b> Gunning, Pablo. .....p.34
284. <b>El futuro de la Publicidad.</b> Jahnke, Kathrin. .....p.35	99. <b>El rumor. Un anónimo con nombre y apellido.</b> Campana, Carlos Federico. .....p.23
458. <b>El humor aplicado a la publicidad.</b> Prat, Eugenia. .....p.47	573. <b>El Sida en los medios de comunicación.</b> Tagliani, Hernán. .....p.54
569. <b>El humor como técnica creativa.</b> Szalai, Federico. .....p.54	417. <b>El tango en el mundo contemporáneo.</b> Pane, Vanessa Julieta. .....p.44
521. <b>El jazz en la Argentina.</b> Sandoval, Gonzalo. .....p.51	608. <b>El tercer espacio. El cortometraje como nuevo medio publicitario.</b> Ventura, Martín. .....p.57
565. <b>El lado publicitario de la música.</b> Sucheras, Rafael. .....p.53	258. <b>El video clip, ¿una vuelta al cine mudo?</b> Güemes, María Rosa. .....p.33
128. <b>El loft aplicado a la vivienda en siglo XX-XXI en Buenos Aires.</b> Chang, Han Ni. .....p.25	215. <b>En busca de una auténtica remake.</b> Fontela Vázquez, Marcelo. .....p.31
579. <b>El mercado de los niños.</b> Tavello, Mariana. .....p.55	281. <b>En búsqueda de una identidad.</b> Imposa, María de las M. .....p.35
223. <b>El micromundo de la premiación publicitaria.</b> Gándola, María Juliana. .....p.31	496. <b>Escalando las mentes.</b> Rogato, Rosana. .....p.49
538. <b>El mito andrógino.</b> Sgattoni, Martín. .....p.52	41. <b>Escondidos detrás del anonimato.</b> Audisio, Patricia. .....p.19
53. <b>El mundo de las figuras retóricas.</b> Barone, Mariana. .....p.20	

460. <b>Estado del arte. Comunicación global.</b> Prina, Alejandro. .....p.47	269. <b>Homo consumidor. Consumidor masculino posmoderno.</b> Hecker, Andrea. .....p.34
19. <b>Estereotipo y mujer en el discurso publicitario.</b> Álvarez, María Eva. .....p.18	523. <b>Hoy arte y publicidad.</b> Saralegui, Mariana. .....p.51
370. <b>Estereotipos femeninos.</b> Méndez, María de las M. .....p.41	550. <b>Humor sobre el agua. Cuando el humor hace milagros publicitarios.</b> Soto, Juan Diego. .....p.53
411. <b>Estética y narrativa en la TV argentina de los '90.</b> Oscaris, Hernán. .....p.44	90. <b>Identidad sonora.</b> Bustos Fernández, Percy. .....p.22
424. <b>Estilo creativo argentino vs. Estilo creativo brasileño.</b> Pastore, Pablo. .....p.45	45. <b>Imagen vs. moda.</b> Bagur, Nazareth. .....p.19
179. <b>Ética periodística.</b> Erut, Laura. .....p.28	419. <b>Imagen y comunicación de las mujeres políticas. Caso Carrió.</b> Panossian, Carolina Vanesa. .....p.44
559. <b>Fábrica de sueños. Moda, medios gráficos y publicidad.</b> Stisman, Silvina. .....p.53	252. <b>Imágenes múltiples. Hacia un enfoque alternativo.</b> González Massenio, Diego H. .....p.33
546. <b>Familia y publicidad en la posmodernidad.</b> Somalo, Marianela. .....p.52	228. <b>Internet y Relaciones Públicas en situación de crisis.</b> Garmendia, María Laura. .....p.31
381. <b>Festivales publicitarios, la trastienda.</b> Modolo, Cintia Karina. .....p.42	15. <b>Jingle Bells.</b> Almejún, Marcelo. .....p.18
599. <b>Filmando ideas.</b> Valiño, María de las Victorias. .....p.56	600. <b>Juguemos a la tele...</b> Vardé, María Alejandra. .....p.56
241. <b>Fuera de tanda.</b> Golstein, Yamila. .....p.32	280. <b>Juguemos en el bosque... (ética publicitaria).</b> Ibarra García, Ignacio. .....p.35
32. <b>Fundraising.</b> Aranovich, Silvina D. .....p.19	50. <b>Kioscomanía.</b> Barabani, Federico. .....p.20
305. <b>Fútbol S.A.</b> Lande, Marcela. .....p.37	620. <b>La autonomía creativa de la revista tipográfica en el campo del diseño editorial de habla hispana.</b> Viñas, Mariana. .....p.57
374. <b>Globalización y patterns publicitarios.</b> Merendoni, Daniel. .....p.41	570. <b>La belleza como adicción.</b> Tabak, María. .....p.54
142. <b>Gracias al humor. Remedio chino infalible.</b> Colzani, Georgina. .....p.26	425. <b>La campaña política no cesa.</b> Paternó, Juan Ignacio. .....p.45
122. <b>Holdering de medios en la Argentina.</b> Cavalli, Constanza. .....p.25	533. <b>La compra de espacios en medios, claves para una óptima negociación.</b> Scolnic, Sabrina. .....p.52
481. <b>Hollywood en las tandas.</b> Riera, Paula Gimena. .....p.48	446. <b>La construcción de la identidad a través de la moda.</b> Plazibat, María Mercedes. .....p.46
	195. <b>La construcción del acontecimiento por los medios masivos de comunicación.</b> Farré Boldú, Eulalia. .....p.29

448. <b>La creatividad publicitaria pensada para chicos.</b> Poblete, Fernando. .....p.46	554. <b>La mirada indiscreta.</b> Srajo Rocco, Leticia. .....p.53
510. <b>La efectividad en la creatividad publicitaria.</b> Ruiz, Rodrigo Hernán. .....p.50	273. <b>La moda como comunicador político.</b> Hernández, María Paula. .....p.34
582. <b>La evolución del departamento de medios.</b> Terzano, Martín Gabriel. .....p.55	427. <b>La moda y la política.</b> Paur, Verónica. .....p.45
377. <b>La fuente de la eterna juventud.</b> Milán, María Julieta. .....p.41	190. <b>La moda y la publicidad.</b> Faiatt, Carolina. .....p.29
324. <b>La función del departamento de Relaciones Públicas.</b> Locreille, María Eugenia. .....p.38	342. <b>La mujer argentina y la publicidad.</b> Magurno, Marina. .....p.39
220. <b>La globalización en publicidad.</b> Galié, María Clara. .....p.31	163. <b>La mujer y la publicidad.</b> Di Giorgio, María Silvina. .....p.27
566. <b>La globalización en publicidad.</b> Suraniti, Ariel Pablo. .....p.54	125. <b>La mutación de los cuerpos.</b> Cerutti, Paula. .....p.25
126. <b>La hegemonía de las tres "P".</b> César, Joaquín. .....p.25	97. <b>La otra publicidad. El nuevo realismo de la comunicación comercial.</b> Calvani, Pablo. .....p.23
171. <b>La identidad global.</b> Dominguez, Ana Laura. .....p.28	79. <b>La planificación de medios. Interpretación de las variables cuali y cuantitativas empleadas en la planificación.</b> Bozzalla, Analía. .....p.22
493. <b>La ilusión de una ilusión. El azar como estrategia publicitaria.</b> Rodríguez, Roxana. .....p.49	207. <b>La profundidad de lo superficial.</b> Ferrari, Silvina. .....p.30
480. <b>La imagen distorsionada.</b> Riemer, Diego. .....p.48	430. <b>La publicidad argentina de los '90 como espectáculo.</b> Pedreschi, Romina. .....p.45
272. <b>La imagen y la palabra en publicidad.</b> Hernández, María Florencia. .....p.34	537. <b>La publicidad como espectáculo.</b> Seriani, Jorge. .....p.52
221. <b>La importancia de la creatividad en los comerciales televisivos.</b> Gálvez, Hernán Ariel. .....p.31	316. <b>La publicidad efectiva. Los ojos puestos en la estrategia.</b> Leonetti, María Florencia. .....p.37
10. <b>La importancia de la imagen pública.</b> Albuixech, Cecilia. .....p.17	247. <b>La publicidad en el Mercosur. Barreras culturales.</b> Gontier, Gisela. .....p.33
395. <b>Influencia de los medios de comunicación de masas en la formación de la opinión pública.</b> Mustazza, Mariela Alejandra. .....p.43	158. <b>La publicidad en la era global.</b> Dayán Peralta, Victoria. .....p.27
465. <b>La Internet y sus influencias.</b> Raisman, Ricardo. .....p.47	25. <b>La publicidad no tradicional en el cine.</b> Amran, Lorena. .....p.18
598. <b>La Mañana de Córdoba. Rediseño total del diario.</b> Valcarenghi, Agustín. .....p.56	549. <b>La publicidad que vende publicidad.</b> Sosa Caballero, María G. .....p.53
	182. <b>La publicidad responsable.</b> Espiño, Victoria Lucía. .....p.28

360. **La publicidad social.** Martire, Julieta.  
.....p.40
613. **La Publicidad subliminal.** Vidal, Luz.  
.....p.56
367. **La Publicidad y el fútbol amateur infantil.** Mazzucco, Sebastián Guillermo.  
.....p.41
604. **La publicidad y los más pequeños.** Vázquez, Verónica.  
.....p.56
401. **La radiografía de una imagen.** Obiglio, Cecilia.  
.....p.43
478. **La responsabilidad social de la publicidad.** Rey, María Florencia.  
.....p.48
144. **La Ribera. Un nuevo semanario.** Coppari, Eliana.  
.....p.26
145. **La segmentación de los medios gráficos.** Coppari, Sabrina.  
.....p.26
560. **La televisión como difusora del consumo: Los Simpson.** Stolarz, Betiana.  
.....p.53
368. **La televisión en busca del futuro.** Melo, Silvia Cristina.  
.....p.41
578. **La temeraria señorita ética.** Tartarelli, Diego.  
.....p.55
464. **La trastienda.** Quiroga, Sol.  
.....p.47
344. **¿Las dueñas del deseo? El cuerpo de la mujer como protagonista de la publicidad.** Maierú, Gabriela Silvia.  
.....p.39
94. **Las fronteras de la creatividad.** Cadile, María Laura.  
.....p.23
485. **Las máscaras de la posmodernidad.** Roca, Yanina.  
.....p.48
475. **Las Relaciones Públicas en la red.** Ravettini, Ezequiel.  
.....p.48
408. **Las Relaciones Públicas en la República Argentina.** Origoni, Alejandro.  
.....p.43
103. **Las Relaciones Públicas y el marketing farmacéutico.** Capria, María Cecilia.  
.....p.23
149. **Lo simbólico nos invade.** Cosentino, María Elina.  
.....p.26
78. **Los animales y la publicidad.** Bouvet, Francisco Antonio.  
.....p.22
586. **Los avances de programas en la tanda publicitaria.** Torreiro, Christian.  
.....p.55
52. **Los caminos de la creatividad.** Bari, Laura.  
.....p.20
287. **¿Los creativos reemplazan el área de cuentas?** Jebesen, Mónica.  
.....p.35
364. **Los efectos de la publicidad audiovisual en las decisiones de los jóvenes.** Maximino, Carla.  
.....p.41
433. **Los hijos del consumo.** Percal, Tamara.  
.....p.45
188. **Los límites de la publicidad.** Etchevarne, Federico.  
.....p.29
43. **Los medios de comunicación como grupos de presión.** Avati, Daniela.  
.....p.19
299. **Los medios de comunicación y la publicidad.** Knop, Fabiola.  
.....p.36
224. **Los mejores rincones de un lugar único.** Garat, Sofía.  
.....p.31
463. **Los modelos corporales del discurso publicitario.** Querciotti, Mariela.  
.....p.47
204. **Los niños y los medios electrónicos.** Fernández Fernández, Maribel.  
.....p.30
116. **Los patterns locales en el Mercosur.** Casal, María Alejandra.  
.....p.24
235. **Los pequeños telespectadores (de 3 a 6 años).** Giacomazzi, Gabriela.  
.....p.32
22. **Los sentimientos en la publicidad.** Álvarez del Valle, Eugenia.  
.....p.18
563. **Maldito humor. Cuando el chiste mata a la marca.** Straijer, Martin.  
.....p.54

11. <b>Marketing de base de datos.</b> Alcaraz, Alicia Soledad. .....p.17	482. <b>Paremos la pelota. Saturación en la recepción de los discursos publicitarios contruidos a través de estereotipos.</b> Riu, Germán. .....p.48
17. <b>Medios y globalización.</b> Alsina, Florencia. .....p.18	236. <b>Patrocinio deportivo.</b> Giacomelli, Federico. .....p.32
369. <b>Mercaderes de la angustia. Consumo de tabaco y alcohol.</b> Méndez, Julio César. .....p.41	575. <b>Pauta invasiva. La publicidad en la vida privada.</b> Tapia, Carolina. .....p.54
89. <b>Mercado grande. Consumidores chicos.</b> Bustillo, Pía M. .....p.22	209. <b>Persuasivo vendedor, silencioso pero efectivo. El color.</b> Ferreyra, Claudia. .....p.30
137. <b>Mercosur.</b> Clavier Grüber, María Milagros. .....p.25	353. <b>Plan de comunicación para cadenas de retail.</b> Marmetto, Martín Andrés. .....p.40
75. <b>Mercosur publicitario.</b> Bongarrá, Carolina. .....p.21	555. <b>Plan de comunicaciones integradas: Caso Máxima AFJP.</b> Stafforini, Agustina. .....p.53
329. <b>Mi querida Argentina.</b> López, Rocío. .....p.38	169. <b>PNT. La nueva protagonista de la pantalla.</b> Distasio, Nataly. .....p.28
309. <b>Modas creativas.</b> Lauría, Luciano. .....p.37	456. <b>Poder en publicidad.</b> Portillo, Gonzalo. .....p.47
471. <b>Modelos de eticidad que formula la publicidad.</b> Rampoldi, María Florencia. .....p.48	118. <b>Política y Relaciones Públicas.</b> Casimiro, María Mercedes. .....p.24
106. <b>Música publicitaria. Sostenidos y bemoles en la publicidad argentina.</b> Cárcamo, Mario Gabriel. .....p.24	627. <b>Políticos en campaña ¿propaganda o publicidad?.</b> Woscoff, Florencia Paula. .....p.58
227. <b>Music adline. El limite entre lo publicitario y lo discográfico.</b> García Roggero, Silvana. .....p.31	138. <b>Por qué y cómo el sonido comunica.</b> Cleiman Can, Gastón. .....p.26
192. <b>Naturaleza y mercado.</b> Farhi, Mariela. .....p.29	177. <b>Prevención de la drogadicción.</b> Elías, Virginia. .....p.28
632. <b>Ni el huevo, ni la gallina. Ideas.</b> Zanutto, Leonardo Ariel. .....p.58	261. <b>Promoción de productos alimenticios y su marco legal.</b> Guglielmino, Guido. .....p.34
129. <b>Niños dentro del discurso publicitario.</b> Charra, Claudina. .....p.25	499. <b>PT + PNT = EP. La sinergia en televisión para alcanzar una mayor eficacia publicitaria.</b> Rolando, Sebastián E. .....p.49
323. <b>Nueve divas del cine y la moda.</b> Lizarraga, Luis. .....p.38	542. <b>Publicidad, el octavo arte.</b> Simonelli, Carolina. .....p.52
592. <b>Pantalla gigante. La eficacia del cine publicitario.</b> Turner, Patricia. .....p.55	139. <b>Publicidad: El simulacro.</b> Clementti, Priscila. .....p.26
540. <b>Para Ti. Evolución del diseño y la mujer actual.</b> Silvetti, María. .....p.52	548. <b>Publicidad: Su influencia en el consumo de cigarrillos durante la adolescencia.</b> Soriano, Diego Hernán. .....p.53
399. <b>Paraísos prohibidos. La comunicación de la marihuana.</b> Nelson, Pablo Javier. .....p.43	

553. <b>Publicidad interactiva.</b> Spini, Romina. .....p.53	529. <b>Relaciones Públicas en la sociedad civil argentina.</b> Schejtman, Clarisa. .....p.51
219. <b>Publicidad no tradicional.</b> Gaidolfi, Silvana. .....p.31	130. <b>Relaciones Públicas y bien público.</b> Chico Giusti, María Carolina. .....p.25
83. <b>Publicidad no tradicional - innovación constante.</b> Brocca, Mariela Leonor. .....p.22	39. <b>Revalorizar la publicidad.</b> Arroyo, Mauro. .....p.19
422. <b>Publicidad rechazada o rechazo a la publicidad.</b> Parra Barbero, Fernando. .....p.44	380. <b>Revolución Underground.</b> Moccia, Leandro Agustín. .....p.42
332. <b>Publicidad rechazada. La publicidad que nadie ve.</b> López Ascárate, Carolina. .....p.38	270. <b>Ruidos y distorsiones. El fenómeno publicitario televisivo dirigido a niños.</b> Hecker, Cecilia. .....p.34
200. <b>Publicidad subliminal.</b> Fernández, María Dolores. .....p.30	304. <b>Santa estrategia.</b> Labaton, Dana. .....p.37
336. <b>¿Publicidad subliminal o mensajes inadvertidos?</b> Luchía Puig, Mercedes. .....p.39	267. <b>Se hace camino al crear. Publicidad gráfica de los '60 y '90.</b> Haury, Susana. .....p.34
631. <b>Publicidad subliminal. Las dos caras de la seducción.</b> Zamora, Hernán Diego. .....p.58	593. <b>Se presume donante, peligroso atajo. De la persuasión a la imposición.</b> Ubeira Salim, Matías. .....p.56
595. <b>Publicidad verde.</b> Urrutia, Laura Verónica. .....p.56	501. <b>Segmentación vs. discriminación.</b> Romero, Paula. .....p.50
256. <b>Publicidad y bien público.</b> Grossi, Mara. .....p.33	453. <b>Señales de humor.</b> Polliedri, Pablo. .....p.46
439. <b>Publicidad y modelo de exclusión social.</b> Pérsico, Juan. .....p.46	426. <b>Serás flaca o no serás nada.</b> Patrón Sánchez, Verónica. .....p.45
293. <b>Publicidad y religión en los medios de Argentina en el período 1990-2000.</b> Katz, Leandro. .....p.36	260. <b>Sexo polisémico.</b> Guerrero Dewey, Silvina. .....p.34
30. <b>Publicultura. La publicidad como fenómeno cultural en jóvenes.</b> Aprile, Romina. .....p.19	513. <b>Sexos en guerra, ¿aprieta y gana? Programas de televisión.</b> Sacco, Sebastián Carlos. .....p.50
178. <b>Publicidad vs publicidad. La publicidad comparativa en la argentina.</b> Elola, Martín Ignacio. .....p.28	153. <b>Sexualidad publicitaria.</b> Cuniberti, Laura. .....p.26
528. <b>¿Qué ves cuando me ves? Juventud y televisión.</b> Schab, Ana. .....p.51	248. <b>Sexualidad, jóvenes y publicidad.</b> González, Jerónimo. .....p.33
203. <b>Radio AM y opinión pública.</b> Fernández Delamer, Martín. .....p.30	33. <b>¡Si no lo viste, perdiste! La publicidad audiovisual de los '90.</b> Arcusin, Laura Mariana. .....p.19
234. <b>Relaciones peligrosas: Publicidad subliminal + MKT uno a uno.</b> Ghioldi, Aldana. .....p.32	184. <b>Sida y comunicación.</b> Estévez, Andrea. .....p.29
	328. <b>Sida: no mirar; no decir; no escuchar (censura).</b> López, María Victoria. .....p.38

259. <b>Sobredosis de sexo.</b> Guerrero, Analía. .....	p.33
268. <b>Solidaridad vs. vida, una apuesta desapareja.</b> Hayd, Elly. .....	p.34
461. <b>Stanley Kubrick: Cine intelectual.</b> Pronzato, Victoria. .....	p.47
197. <b>Surf.ar el mercado del surf en argentina.</b> Federico, Patricio. .....	p.29
239. <b>Tiempos de imagen masculina.</b> Giorgi, Silvina. .....	p.32
214. <b>¡Todo cambia! La relación entre la publicidad y la sociedad argentina.</b> Flores, María de las Mercedes. .....	p.30
199. <b>Tratos y estratos. El consumo como forma de socialización.</b> Fernández, Claudia Gabriela. .....	p.30
303. <b>Tu éxito es mi éxito. Liderazgo de opinión.</b> La Venia, Mariano. .....	p.36
583. <b>Un análisis al análisis de medios.</b> Toledo, Ulises Carlos. .....	p.54
474. <b>Un cambio en las reglas de juego.</b> Ratto, Javier. .....	p.48
148. <b>Un mundo de cinco siglos.</b> Cortejarena, Nancy. .....	p.26
402. <b>Una cuestión de imagen. La política mediaticizada.</b> Ojeda, María Sol. .....	p.43
403. <b>Una sociedad que no envejece.</b> Oliveira, Karina. .....	p.43
469. <b>Unheimlich, cine de terror</b> Ramírez, Ramiro. .....	p.47
516. <b>Vida privada y publicidad.</b> Sallenave, Eduardo. .....	p.50
40. <b>Western Spaghetti - guión.</b> Aubone, Adrián José. .....	p.19
20. <b>¡Yo quiero! El deseo como motivador de compra.</b> Álvarez, Marina Luz. .....	p.18
134. <b>¡Yo también!.</b> Ciccone, Lara. .....	p.25

## **Nuevas Tecnologías**

La explosión tecnológica ha generado una serie de cambios importantes en el mundo del diseño y las comunicaciones aplicadas. Los recursos digitales considerados como herramientas de trabajo han aportado nuevos lenguajes y posibilidades de creación. Esta instancia innovadora de las nuevas tecnologías, afecta a su vez, la vida cotidiana de la sociedad en su conjunto, determinando nuevos procesos de circulación de la información, y de las prácticas de producción y creación.

La difusión tecnológica aporta estilos novedosos en los modelos organizativos de las empresas, y un cambio en las modalidades de producir y consumir. En su conjunto las nuevas tecnologías constituyen un campo para el estudio y el análisis necesario para la actualización creativa, la selección y aplicación de nuevos criterios en la producción y creación del diseño y las comunicaciones. Los propósitos y acciones de esta temática son:

> Relevar el mapa de ofertas tecnológicas relacionadas con el Diseño y la Comunicación, registrando tipos, características, estructuras y alcances.

> Estudiar la incidencia y la determinación de las nuevas tecnologías, en tanto herramientas, en las modalidades de creación y difusión en el proceso del Diseño y la Comunicación.

> Estudiar la dinámica de los cambios generados en la formación profesional a partir de la difusión e implementación de las nuevas tecnologías como factor clave en las condiciones de creación y producción.

> Realizar estudios que procuren elaborar un diagnóstico de situación de los marcos teórico-conceptuales disponibles, respecto de las nuevas tecnologías con relación al Diseño y la Comunicación.

> Realizar diagnósticos del perfil de recursos humanos, en tanto características de formación y capacitación en el campo de las nuevas tecnologías, orientado a establecer una dinámica de renovación permanente de la currícula de estudio.

En esta línea se agrupan los Trabajos Finales de Grado producidos en la Facultad de Diseño y Comunicación en el período 1993-2004:

70. <b>Animación digital, la fábrica de sueños en casa.</b> Boero, Agustín. .....	p.21
--	------

271. <b>Avances tecnológicos aplicados a la música.</b> Herbstein, Andrés Nicolás. .....	p.34
---	------

172. <b>El impacto de la fotografía digital sobre la analógica.</b> Dorfman, Matías. .....	p.28
---	------

88. <b>Electro urbe. Cultura electrónica.</b> Buschiazzo, María Sol. .....	p.22
---	------

245. <b>Generation. Las Relaciones Públicas en el espacio cibernético.</b> Gómez Sánchez, María Alejandra. .....	p.32
---	------

218. <b>Guía multimedia del Hatha-Yoga.</b> Gago, Julián. .....p.31	77. <b>Realidad vs. virtualidad. La problemática del diseño de packaging frente a la compra virtual.</b> Bottarini, Ariadna. .....p.22
609. <b>Hipercomunicación.</b> Vereá, Carlos Sebastián. .....p.57	127. <b>Renderizando la comunicación.</b> Cevasco, Pablo Javier. .....p.25
285. <b>Impacto de las nuevas tecnologías en el diseño de interiores.</b> Jakowczuk, Gisela. .....p.35	322. <b>Técnicas de producción textil. Acabados re- volucionarios para la moda y el diseño.</b> Litvin, Bettina Daniela. .....p.38
519. <b>Internet.</b> Sánchez Botello, Laura. .....p.51	352. <b>Tecnohumanización.</b> Marín, Natalia. .....p.40
605. <b>Internet. Una nueva herramienta de comu- nicación interna y la importancia de la misma ante una crisis organizacional.</b> Vázquez Goizueta, María Florenia. .....p.56	147. <b>Tecnología sobre nieve.</b> Córdoba, Natalia. .....p.26
418. <b>La computación en el proceso creativo.</b> Paniagua, Darío. .....p.44	473. <b>Televisión interactiva. El medio del futuro.</b> Rastatter, Sebastián. .....p.48
100. <b>La imagen digital.</b> Camplone, Leonardo. .....p.23	80. <b>Tercerización internacional de proyectos para Internet desde la Argentina.</b> Bradford, Daniel Ángel. .....p.22
544. <b>La influencia del satélite en cable.</b> Sleizer, Daniel. .....p.52	157. <b>Utilización de Internet para potenciar los ne- gocios.</b> Daneri, Ezequiel. .....p.27
385. <b>La tecnología como ficción posmoderna.</b> Molina, Noel. .....p.42	82. <b>Utilización de un software en planificación de medios.</b> Brichetti, Eliana. .....p.22
279. <b>La virtualización de la sensación.</b> Ibarra, Andrea E .....p.35	16. <b>Vivienda inteligente vs. vivienda ecológica.</b> Alonso, Andrea. .....p.18
406. <b>Los envases y las nuevas tecnologías.</b> Oltolina, Valeria. .....p.43	
42. <b>Narrativa interactiva. ¿Cómo narrar en un me- dio interactivo?.</b> Avalle, Laura. .....p.19	
112. <b>Nuevos soportes. Del papel a la pantalla.</b> Carra, José Federico. .....p.24	
35. <b>PET, pasado, presente y futuro.</b> Arias, Leticia. .....p.19	
162. <b>Produser - una herramienta informática.</b> De Mingo, Esteban. .....p.27	
81. <b>Promociones en Internet.</b> Braier, Paola. .....p.22	
233. <b>Publicidad electrónica.</b> Ghidotti, Carolina. .....p.32	

## ***Nuevos Profesionales***

---

La idea de un profesional capaz de planificar creativamente las acciones de Diseño y Comunicación, es posible desde un enfoque activo de indagación de la realidad. En este marco, la formación de futuros profesionales en las áreas de diseño y comunicación, incorpora el estudio de las necesidades y demandas realizadas por la práctica profesional real.

El estudio de las tendencias de la práctica profesional, sus modalidades, los requerimientos en capacitación y manejo de habilidades, constituye un campo de análisis necesario para promover un perfil en la formación de profesionales dinámicos y creativos, con alta capacidad de innovación.

Los propósitos y acciones de esta temática son:

- > Realizar un mapa los perfiles profesionales demandados en la práctica del Diseño y la Comunicación.
  - > Estudiar las modalidades del ejercicio de las profesiones en torno al Diseño y la Comunicación.
  - > Detectar problemáticas éticas que involucran el ejercicio de la profesión.
  - > Realizar estudios de las características y alcances de la práctica profesional para generar procesos de actualización curricular provenientes de los estudios de campo.
- En esta línea se agrupan los Trabajos Finales de Grado producidos en la Facultad de Diseño y Comunicación en el periodo 1993-2004:

615. <b><i>Comunicación política en la dictadura y en la democracia.</i></b> Villa, Marcela Corina.	p.57
349. <b><i>Creativos, al frente.</i></b> Marasco Benítez, María Zoraida.	p.40
498. <b><i>Estrategias de comunicación institucional.</i></b> Rojo, Marcela.	p.49
23. <b><i>El deporte y la moda.</i></b> Alzugaray, Julia.	p.18
29. <b><i>El rol del relacionista público en el ámbito de la capacitación.</i></b> Apesteguía, María Alejandra.	p.18
626. <b><i>El rol profesional del diseñador. La fusión de la indumentaria infantil entre oriente y occidente.</i></b> Won, María Ester.	p.58
288. <b><i>La mediación institucionalizada.</i></b> Jinich, Ariana M.	p.35
59. <b><i>La mujer en el ámbito laboral.</i></b> Benítez Freire, Goldine.	p.20

64. <b><i>La programación neurolingüística y barreras en las comunicación interna.</i></b> Biestro, María Laura.	p.21
571. <b><i>La psicología social.</i></b> Taddei, Elisabet.	p.54
62. <b><i>Mediación del profesional de relaciones públicas en los programas de capacitación gerencial.</i></b> Bezzi, Fernanda.	p.21
435. <b><i>Mujeres al poder. La mujer y el management.</i></b> Pereyra Moine, Luz.	p.45
313. <b><i>Relaciones peligrosas. La mujer y las relaciones públicas.</i></b> Lee, Eugenia.	p.37
18. <b><i>Responsabilidad social de las empresas argentinas.</i></b> Altounián, Daniel Ricardo.	p.18

## ***Producción de objetos e imágenes***

Los objetos e imágenes constituyen un sistema de relaciones protagonizado por una compleja trama de requerimientos formulados en un determinado momento histórico, en este proceso están involucrados, de modo directo intereses y expectativas de las relaciones con la sociedad que los crea.

El estudio de los procesos de formación y de las cualidades de objetos e imágenes, tales como movilidad en el tiempo, condiciones de serialidad y aún de obsolescencia, constituyen un campo propio de la reflexión, análisis y la producción teórica del Diseño y la Comunicación.

Los propósitos y acciones de esta temática:

> Realizar estudios y registros históricos de los objetos, de las obras y su relación con los ámbitos de circulación, que contribuyan a la revisión de las teorías que tradicionalmente han orientado su comprensión.

> Relevar y registrar las tipologías de objetos pertenecientes al campo del Diseño y la Comunicación en cuanto a los aspectos funcionales, técnicos, instrumentales y estéticos.

> Identificar la creación y producción de objetos a partir de la determinación de las demandas y posibilidades reales formuladas por instituciones, procesos económicos, formas de comportamiento de la sociedad, innovaciones tecnológicas.

> Proyectar y diseñar objetos en función de estudios de campo, para promover innovaciones óptimas en las prácticas de la vida cotidiana social y colectiva, pública y privada.

En esta línea se agrupan los Trabajos Finales de Grado producidos en la Facultad de Diseño y Comunicación en el periodo 1993-2004:

291. **¿Por qué la gente prefiere la estética de la indumentaria deportiva sin cumplir su funcionalidad?**. Jun, Hye Ran.  
.....p.36
606. **Ainoa: Empresa de diseño de indumentaria**. Vázquez Martínez, Ainoa.  
.....p.55
580. **Aires Pop**. Taverna, Agustina.  
.....p.54
337. **Arquitectura efímera**. Luis, Verónica.  
.....p.38
73. **Binocular. Proyecto editorial**. Bohtlingk, Agustina.  
.....p.21
362. **Bodega Finca Don Nicolás**. Masimiani, Geraldine.  
.....p.40
319. **Bricks & clicks. Comportamiento del consumidor**. Levin, Gabriela.  
.....p.38

28. **Cada edificio, una idea**. Annan, María Florencia.  
.....p.18
108. **Cava del director; vinos varietales**. Carlesi, Ana Eugenia.  
.....p.24
14. **Celebrity Shoes. La imagen publicitaria del calzado deportivo**. Alfonso, Alejandra Marcela.  
.....p.18
552. **Cirugía estética. La cosmética del siglo XXI**. Spina, María Elcira.  
.....p.53
194. **Cocina abierta en los espacios comerciales**. Fariña Puyol, Marcelo F.  
.....p.29
300. **Color. El simbolismo del color en el diseño de interiores**. Kotliar, Yael.  
.....p.36
66. **Color e imagen en los envases Tetra Brik Aseptic**. Birolo, María Belén.  
.....p.21
84. **Comunicación alternativa (Benetton-Toscani)**. Bronzini, Karina.  
.....p.22
86. **Creación de un nuevo producto**. Bugnone, María Victoria.  
.....p.22
585. **Cueros argentinos. La industria del cuero y el diseño de indumentaria**. Torre, Vanina.  
.....p.55
468. **Desarrollo del packaging de una nueva línea láctea**. Ramírez, María Gabriela.  
.....p.47
335. **Diseño de packaging. Ecología y diseño**. Lubreto, Luciana.  
.....p.39
590. **El color en la indumentaria y su influencia en el individuo**. Tribulo, Juliana.  
.....p.55
392. **El consumidor de supermercados**. Moujan, María Marta.  
.....p.42
472. **El diseño de interiores a fin de siglo**. Ranchillo, Marcela.  
.....p.48
294. **El diseño de interiores en los locales gastronómicos**. Katz, Sandra.  
.....p.36

457. **El diseño de moda inspirado en la naturaleza.** Potocko, Verónica.  
.....p.47
301. **El diseño de ropa de trabajo y las fibras inteligentes. El diseño y la utilización de fibras inteligentes en la indumentaria laboral para la industria de la construcción.** Krenkel, Carolina.  
.....p.36
314. **El feng shui. El feng shui en restaurantes.** Legeren, Martina.  
.....p.37
8. **El lenguaje a través de la indumentaria laboral.** Albano, Erica Melina.  
.....p.17
476. **EL MALBA: Innovación arquitectónica en función del arte.** Renner, Camila Zoe.  
.....p.48
512. **El medio como edificio.** Russo, Pablo E.  
.....p.50
567. **El negocio del vino. Creación de nuevos espacios.** Surribas, María Florencia.  
.....p.54
161. **El niño y los espacios. La vivienda y el jardín de infantes (de 0 a 6 años).** De los Santos, María Victoria.  
.....p.27
577. **El revival de la dinámica espacial del conventillo, plasmado en las viviendas agrupadas modernas.** Tarnaruder, Mariela Ariela.  
.....p.54
557. **El shopping center. Un mundo de sensaciones.** Stein, Marina.  
.....p.53
628. **El supermercado en la argentina: Caso Disco.** Yahía, Natalia.  
.....p.58
63. **Envasando paradigmas. El packaging como formador de la conciencia alimentaria del imaginario social.** Bidegain, Lorena.  
.....p.21
462. **Envases flexibles e impresión flexográfica.** Pulli, Darío Martín.  
.....p.47
176. **Escenografía urbana. Una ciudad, una estética.** Echevarría, Bárbara.  
.....p.28
132. **Estampados del siglo XX: Un reflejo de la sociedad y el arte sobre el tejido.** Cho, Young Hyon.  
.....p.25
547. **Estética y sociedad. La influencia de la moda en la sociedad actual.** Sommaruga, María Agustina.  
.....p.53
394. **Guía turística de las grandes superficies.** Murekian, Irina.  
.....p.42
38. **Imagen.** Arriola, Mariano Damián.  
.....p.19
7. **Imagen corporativa en locales comerciales.** Alaniz Gatius, Pamela.  
.....p.17
189. **Indumentaria laboral. Éxito a través del color.** Etcheverry, Angela.  
.....p.29
410. **La comunicación visual en la vía pública. La propaganda política en Argentina.** Ortega, Damiana.  
.....p.43
532. **La creación de sensaciones en interiores a través de la iluminación.** Scioscia, Carla Andrea.  
.....p.52
511. **La fotografía publicitaria.** Russo, María Fernanda.  
.....p.50
603. **La fotografía publicitaria aplicada a las gráficas de perfumes.** Vázquez, Mónica.  
.....p.56
515. **La fotografía publicitaria como argumento persuasivo.** Saliba, Mariela.  
.....p.50
486. **La industria textil entre 1995 y el 2000 y la búsqueda de identidad nacional.** Rodríguez, Alicia.  
.....p.49
46. **La influencia de la indumentaria y cultura oriental en las películas de ciencia ficción.** Baik, Alejandro Hyun Chul.  
.....p.20
634. **La influencia del surrealismo en la moda.** Zwirner, Tamara.  
.....p.58
275. **La luz como escena en la vivienda familiar.** Herráez, María Eugenia.  
.....p.34
120. **La onda shopping. Consumo de jóvenes.** Castillo, Mariana.  
.....p.24
200. **La vía pública.** Fernández, Marcela Adriana.  
.....p.30

12. <b>Las vidrieras y su falta de diseño.</b> Ale, Carla Daniela. .....p.17	296. <b>Uniformidad vs. Originalidad. Preferencias de la sociedad argentina.</b> Kim, Cecilia. .....p.36
543. <b>Los años '50. El fotoperiodismo.</b> Slatkis, Valeria. .....p.52	505. <b>Veo, Veo. Lencería.</b> Rozier, Carolina. .....p.50
135. <b>Los lofts en buenos aires.</b> Clarich, María Fernanda. .....p.25	48. <b>Vestuario teatral en la ópera.</b> Ballestrero, Luciana Paula. .....p.20
506. <b>La reutilización de un recurso natural. Los bosques fueguinos.</b> Ruano, Wanda. .....p.50	61. <b>Viviendas accesibles para personas con discapacidad motriz.</b> Beswick, Patricia Elizabeth. .....p.20
170. <b>Los shopping centers.</b> Dobniewski, Natacha. .....p.28	488. <b>Vivir mejor es una elección.</b> Rodríguez, Consuelo. .....p.49
185. <b>Los talles en las prendas para adolescentes y jóvenes argentinas.</b> Estevez, Andrea Verónica. .....p.29	
295. <b>Manga-anime. Su influencia sobre la moda japonesa.</b> Kim, Analia. .....p.36	
60. <b>Moda y psicología.</b> Berardi, Catalina. .....p.20	
165. <b>Objetos de deseo.</b> Di Rico, Natalia. .....p.27	
495. <b>Packaging de exportación.</b> Rodríguez Presedo, Laura. .....p.49	
507. <b>Packaging. El marketing de los sentidos.</b> Rubaja, Iris. .....p.50	
107. <b>Percepción y diseño de interiores. La importancia de la incidencia de la percepción en el diseño de interiores.</b> Cardoso Cis, María Josefina. .....p.24	
297. <b>¿Por qué las mujeres siguen vistiendo el jean a pesar de las décadas?.</b> Kim, Susana. .....p.36	
160. <b>Promociones en punto de venta.</b> De Lellis, María Fernanda. .....p.27	
346. <b>Proyecto "Pastas Jr." Fideos Frescos con salsa.</b> Makara, Cynthia Karina. .....p.39	
526. <b>Proyecto Combler.</b> Scalise, Valeria Lorena. .....p.51	
490. <b>Rock y moda.</b> Rodríguez, María Agustina. .....p.49	

611. <b>@LABORATORIOS. Marketing Farmacéutico.</b> Verrier, Julieta. .....p.56	528. <b>¿Qué ves cuando me ves? Juventud y tele- visión.</b> Schab, Ana. .....p.51
487. <b>¡Buena presencia excluyente!</b> Rodríguez, Andrea. .....p.49	610. <b>24 horas frente a las noticias.</b> Veronesi, Carlos. .....p.56
354. <b>¡Conocerás a tus clientes!</b> Marsó, María Magdalena. .....p.40	87. <b>Abriendo fronteras. Exportación de vinos al mercado español.</b> Burnet, Carolina. .....p.22
321. <b>¡La familia! PyMEs familiares y Relaciones Públicas.</b> Litvak, Laura G. .....p.38	622. <b>Adicción gris. Consumo compulsivo.</b> Volpi, Andrea Vanesa. .....p.57
33. <b>¡Si no lo viste, perdiste! La publicidad audiovi- sual de los '90.</b> Arcusín, Laura Mariana. .....p.19	330. <b>Adictos la información. Internet.</b> López, Sergio. .....p.38
214. <b>¡Todo cambia! La relación entre la publicidad y la sociedad argentina.</b> Flores, María de las Mercedes. .....p.30	379. <b>Afrontar la crisis con altura.</b> Miragaya, Julieta. .....p.41
20. <b>¡Yo quiero! El deseo como motivador de compra.</b> Álvarez, Marina Luz. .....p.18	186. <b>Ahora decimos P.N.T</b> Etchebehere, Catalina. .....p.29
134. <b>¡Yo también!</b> Ciccone, Lara. .....p.25	606. <b>Ainoa: Empresa de diseño de indumentaria.</b> Vázquez Martínez, Ainoa. .....p.56
344. <b>¿Las dueñas del deseo? El cuerpo de la mujer como protagonista de la publicidad.</b> Maierú, Gabriela Silvia. .....p.39	580. <b>Aires Pop.</b> Taverna, Agustina. .....p.55
287. <b>¿Los creativos reemplazan el área de cuentas?</b> Jebesen, Mónica. .....p.35	584. <b>Aliados de la publicidad.</b> Tomassini, Sebastián. .....p.55
31. <b>¿Políticos creativos o creativos políticos?</b> Aranda, Juan F. .....p.19	508. <b>Alma, lencería femenina.</b> Ruggieri, Silvana. .....p.50
291. <b>¿Por qué la gente prefiere la estética de la indumentaria deportiva sin cumplir su funcio- nalidad?</b> Jun, Hye Ran. .....p.35	131. <b>Análisis comparativo entre la publicidad y las promociones en la Argentina de los '90.</b> Chiera, Christian Javier. .....p.25
297. <b>¿Por qué las mujeres siguen vistiendo el jean a pesar de las décadas?</b> Kim, Susana. .....p.36	70. <b>Animación digital, la fábrica de sueños en casa.</b> Boero, Agustín. .....p.21
336. <b>¿Publicidad subliminal o mensajes inadver- tidos?</b> Luchía Puig, Mercedes. .....p.39	333. <b>Ante la mirada de todos. La importancia del público interno en la construcción de la imagen corporativa, en la mente de los públicos externos de las empresas de servicios.</b> Loustau, Agustina. .....p.38
	449. <b>Aristóteles sigue vigente. Cómo actúa la retórica en los discursos sociales.</b> Podestá, Paola. .....p.46

337. **Arquitectura efímera.** Luis, Verónica.  
.....p.38
602. **Asesoramiento sobre medios gráficos y su previo análisis.** Vázquez, María Eugenia.  
.....p.56
470. **Auditoria de imagen en el sector público: Una herramienta para la prevención de crisis.** Ramognini, Victoria.  
.....p.48
271. **Avances tecnológicos aplicados a la música.** Herstein, Andrés Nicolás.  
.....p.34
509. **Avisos que matan de risa. Humor transgresivo en publicidad.** Ruiz, Lucas Matías Enrique.  
.....p.50
37. **Baby marketing.** Arnau, Lorena.  
.....p.19
274. **Barreras públicas. Un aporte de las Relaciones Públicas a la sociedad.** Hernando, Paula.  
.....p.34
193. **Bienvenida sea la muerte al mundo de la publicidad.** Faricelli, Virginia.  
.....p.29
73. **Binocular. Proyecto editorial.** Bohtlingk, Agustina.  
.....p.21
265. **Biopics. Mujeres famosas en el cine.** Harari, Alberto.  
.....p.34
362. **Bodega Finca Don Nicolás.** Masimiani, Geraldine.  
.....p.40
36. **Bodegas Giandinotto.** Armiñán Boccardo, Carolina.  
.....p.19
319. **Bricks & clicks. Comportamiento del consumidor.** Levin, Gabriela.  
.....p.38
28. **Cada edificio, una idea.** Annan, María Florencia.  
.....p.18
400. **Cadena perpetua a la publicidad engañosa.** Niedzwiecki, Marina.  
.....p.43
601. **Cambio de imagen de la policía federal argentina.** Vass, Romina Pamela.  
.....p.56
483. **Cambios de hábitos.** Rivas Francisco, Claudia.  
.....p.48
9. **Cambios en las comunicaciones (RRPP).** Albónico, Marcelo Alberto.  
.....p.17
326. **Campaña integral de bien público. Drogas.** Longueira, Soledad.  
.....p.38
614. **Canal nueve, canal nuevo.** Vijnovsky, Hernán.  
.....p.57
618. **Canales de distribución. Sector relojero.** Vinocur, Ariel.  
.....p.57
108. **Cava del director, vinos varietales.** Carlesi, Ana Eugenia.  
.....p.24
14. **Celebrity Shoes. La imagen publicitaria del calzado deportivo.** Alfonso, Alejandra Marcela.  
.....p.18
257. **Centrales en el medio.** Guastini, María Emilia.  
.....p.33
365. **Ciberumores.** Mazar Barnett, Juliana Sabrina.  
.....p.41
96. **Cine independiente argentino de los '90.** Callari, Marta.  
.....p.23
327. **Cine y moda: El cine como generador de nuevas tendencias de moda.** López, María Laura.  
.....p.38
619. **Circulaciones netas pagadas.** Viola, Martín Pablo.  
.....p.57
552. **Cirugía estética. La cosmética del siglo XXI.** Spina, María Elcira.  
.....p.53
1. **Club Atlético Boca Juniors: Identidad e Imagen.** Abal, Luciano.  
.....p.17
558. **Coca vs. Pepsi. El fútbol como medio publicitario de las grandes empresas de bebidas colas.** Stettlet, Paula.  
.....p.53
194. **Cocina abierta en los espacios comerciales.** Fariña Puyol, Marcelo F.  
.....p.29
66. **Color e imagen en los envases Tetra Brik Aseptic.** Birolo, María Belén.  
.....p.21

302. <b>Color, cultura y consumo.</b> La Spina, Edgardo. .....p.36	320. <b>Comunicación vs. recaudación de fondos para as ONG's.</b> Liberman, Marisa. .....p.38
300. <b>Color. El simbolismo del color en el diseño de interiores.</b> Kotliar, Yael. .....p.36	175. <b>Comunicación y fundraising. Caso LALCEC.</b> Echevarne, Mauro. .....p.28
534. <b>Comics y cartoons en la publicidad.</b> Scuka, Hernán Diego. .....p.52	444. <b>Comunicación y marketing político.</b> Pizzoglio, Patricio. .....p.46
522. <b>Cómo evidenciar la necesidad de las Relaciones Públicas en las PyMEs argentinas de servicios del 2000.</b> Santillán, María Candelaria. .....p.51	187. <b>Comunicaciones integradas para PyMEs. La comunicación integrada, eje del gerenciamiento estratégico de Publitec S.A.</b> Etchepare, María Eugenia. .....p.29
351. <b>Cómo las empresas logran orientar su gestión hacia el Diente.</b> Marengo, Alejo. .....p.40	355. <b>Comunicar desde la imagen.</b> Martin, Mariana S. .....p.40
325. <b>Cómo leer a un adolescente.</b> Lolic Corvalán, Luciana. .....p.38	562. <b>Construcción imagen política del candidato en la televisión.</b> Straffezza Olaizola, Severo. .....p.53
47. <b>Como tal.. La influencia publicitaria en la vestimenta de los jóvenes.</b> Balbinot, Gabriel. .....p.20	196. <b>Consultoras gastronómicas.</b> Fazzari, Verónica Fernanda. .....p.29
84. <b>Comunicación alternativa (Benetton-Toscani).</b> Bronzini, Karina. .....p.22	390. <b>Consultoras gastronómicas.</b> Moughty Cueto, Pamela. .....p.42
436. <b>Comunicación con diferentes "re-medios".</b> Pérez, Felicitas. .....p.45	454. <b>Consultoría en imagen y comunicación política.</b> Portela, Patricia. .....p.47
551. <b>Comunicación corporativa.</b> Souriguez, Facundo. .....p.53	442. <b>Consumiendo letras.</b> Piñeiro Olloqui, Romina. .....p.46
441. <b>Comunicación hospitalaria.</b> Piccinini, Ligia. .....p.46	527. <b>Consumo de tabaco y restricciones a su publicidad.</b> Scaramella, Julieta. .....p.51
249. <b>Comunicación interna en empresas de servicios.</b> González, María Soledad. .....p.33	152. <b>Corporate citizenship.</b> Cundo, Anika. .....p.26
154. <b>Comunicación interna en las organizaciones.</b> Czerwonogora, Natalia. .....p.27	597. <b>Cosmética publicitaria. Manipulación de la imagen.</b> Vaistub, Vanesa. .....p.55
312. <b>Comunicación interna. Una herramienta de la gestión empresarial.</b> Laventman, Edith. .....p.37	86. <b>Creación de un nuevo producto.</b> Bugnone, María Victoria. .....p.22
514. <b>Comunicación persuasiva. Publicidad y religión.</b> Salcovich, Fabiana. .....p.50	167. <b>Creatividad dirigida al sector de público joven.</b> Diaz Andrade, Martín. .....p.27
615. <b>Comunicación política en la dictadura y en la democracia.</b> Villa, Marcela Corina. .....p.57	85. <b>Creatividad e innovación en la estrategia de medios.</b> Brüel, Victoria. .....p.22

366. <b>Creatividad en internet. El nuevo desafío publicitario.</b> Mazzocchi, Mauro César. .....p.41	306. <b>De los cadáveres exquisitos al MTV.</b> Lanne, Javier. .....p.37
349. <b>Creativos, al frente.</b> Marasco Benítez, María Zoraida. .....p.40	180. <b>De mi no rías. La publicidad que discrimina.</b> Escati Peñaloza, Luciana. .....p.28
290. <b>Crisis e imagen de Marca-país.</b> Jordán, Joaquín. .....p.35	452. <b>Deliciosa al paladar.</b> Poliero, Pablo. .....p.46
243. <b>Crisis publicitaria, causas y consecuencias.</b> Gómez Magariños, Samanta Vanesa. .....p.32	282. <b>Desafíos del Mercosur a la publicidad institucional.</b> Iraola, Julián. .....p.35
568. <b>Crisis, la oportunidad escondida.</b> Swinyard, José Luis. .....p.53	468. <b>Desarrollo del packaging de una nueva línea láctea.</b> Ramírez, María Gabriela. .....p.47
217. <b>Crisis: Cuando lo que está en juego es la imagen corporativa.</b> Furrer, Rosa Analía. .....p.31	289. <b>Desde adentro. El lado oscuro de la masonería.</b> Johnson, Martín. .....p.35
339. <b>Cuando la imagen vale mas que mil palabras.</b> Luna, Jorge Sebastián. .....p.39	110. <b>Diario La Puerta.</b> Carletti, Fabiana. .....p.24
166. <b>Cuando los músicos no improvisan.</b> Di Venezia, Flavia. .....p.27	54. <b>Diario Panorama Semanal.</b> Barrancos, Martín H. .....p.20
539. <b>Cuando los vientos de cambio soplan...</b> Shalom, Nurit. .....p.52	428. <b>Dime como te vistes y te diré qué cerveza tomas.</b> Pecini, Inés. .....p.45
556. <b>Cuando se comunica a dos destructores. Tabaco y alcohol.</b> Stagnaro, Mauricio. .....p.53	335. <b>Diseño de packaging. Ecología y diseño.</b> Lubreto, Luciana. .....p.38
585. <b>Cueros argentinos. La industria del cuero y el diseño de indumentaria.</b> Torre, Vanina. .....p.55	55. <b>Diseño editorial y cultura joven.</b> Barreiro, María Leonor. .....p.20
212. <b>Cuestión de imagen.</b> Fiore Sastre, Natalia. .....p.30	467. <b>Dos revistas y su banda.</b> Ramírez, María de las Mercedes. .....p.47
121. <b>Culto a falsos dioses. Los ídolos de la televisión.</b> Cattani, Pablo Javier. .....p.24	5. <b>Educación para los medios audiovisuales. Propuestas de acción para mejorar los efectos de la televisión.</b> Agasi, María Jimena. .....p.17
254. <b>D.M.I Documento Multinacional de Identidad.</b> Grimaldi, Maximiliano. .....p.33	588. <b>Edward Bernays Freud.</b> Torres Roldán, María Soledad. .....p.55
102. <b>Dame "Mass" Rock.</b> Capitini, María Fernanda. .....p.23	574. <b>El "boom" de las publicidades de bebidas alcohólicas.</b> Tamagni, Karina. .....p.54
347. <b>Danone. Análisis técnico y económico para reducir costos de producción y distribución de yogur con cereal.</b> Manera, María Elena. .....p.39	412. <b>El abogado del rating. Calidad de medición de audiencia.</b> Otaño, Tomás Carlos. .....p.44

373. <b>El activo más valioso.</b> Mercado, Rita Elizabeth. .....p.41	359. <b>El diseñador editorial como nexo entre el periodismo gráfico y su público lector.</b> Martínez Ventura, Eugenia Belén. .....p.40
340. <b>El avance de las marcas.</b> Luna Requena, Patricio. .....p.39	472. <b>El diseño de interiores a fin de siglo.</b> Ranchilio, Marcela. .....p.48
292. <b>El banner y su guión técnico.</b> Kalmus, Mariano. .....p.36	294. <b>El diseño de interiores en los locales gastronómicos.</b> Katz, Sandra. .....p.36
92. <b>El bien y el mal.</b> Cabezón, Gustavo. .....p.23	457. <b>El diseño de moda inspirado en la naturaleza.</b> Potocko, Verónica. .....p.47
251. <b>El Big Bang nacional.</b> Gonzalez Benavidez, Mariana. .....p.33	301. <b>El diseño de ropa de trabajo y las fibras inteligentes. El diseño y la utilización de fibras inteligentes en la indumentaria laboral para la industria de la construcción.</b> Krenkel, Carolina. .....p.36
250. <b>El big bang nacional.</b> González, Mariana. .....p.33	387. <b>El espectáculo. Nuevo co-equiper de la creatividad publicitaria.</b> Momdjian, Yanina Melina. .....p.42
143. <b>El blue jean: ¿Símbolo erótico o polémico?.</b> Conti Gómez, María Teresa. .....p.26	404. <b>El espejo del marketing directo.</b> Oller, María Belén. .....p.43
502. <b>El cable en primer plano.</b> Rossi, Gabriela. .....p.49	589. <b>El esponsor en el fútbol.</b> Tosi, Nicolás. .....p.55
113. <b>El cine argentino. La valoración negativa del cine argentino.</b> Carrizo, Fabiana M. .....p.24	314. <b>El feng shui. El feng shui en restaurantes.</b> Legeren, Martina. .....p.37
590. <b>El color en la indumentaria y su influencia en el individuo.</b> Tribulo, Juliana. .....p.55	284. <b>El futuro de la Publicidad.</b> Jahnke, Kathrin. .....p.35
392. <b>El consumidor de supermercados.</b> Moujan, María Marta. .....p.42	458. <b>El humor aplicado a la publicidad.</b> Prat, Eugenia. .....p.47
535. <b>El controvertido arte de posicionar. Las primeras marcas en el contexto argentino.</b> Secchi, Mariela Celina. .....p.51	569. <b>El humor como técnica creativa.</b> Szalai, Federico. .....p.54
361. <b>El cuarto oscuro. La crisis de la publicidad política.</b> Martos, Federico Nicolás. .....p.40	172. <b>El impacto de la fotografía digital sobre la analógica.</b> Dorfman, Matías. .....p.28
317. <b>El culto al consumo.</b> Lerer, Verónica Laura. .....p.37	521. <b>El jazz en la Argentina.</b> Sandoval, Gonzalo. .....p.51
459. <b>El curandero. Historia de un hombre solo.</b> Prelat, María Mercedes. .....p.47	565. <b>El lado publicitario de la música.</b> Sucheras, Rafael. .....p.53
23. <b>El deporte y la moda.</b> Alzugaray, Julia. .....p.18	8. <b>El lenguaje a través de la indumentaria laboral.</b> Albano, Erica Melina. .....p.17
423. <b>El discurso psicológico en publicidad.</b> Passerini, Mauricio. .....p.45	

128. <b>El loft aplicado a la vivienda en siglo XX-XXI en Buenos Aires.</b> Chang, Han Ni. .....p.25	405. <b>El nuevo varón postmoderno en la publicidad.</b> Olleros, María Cecilia. .....p.43
476. <b>EL MALBA: Innovación arquitectónica en función del arte.</b> Renner, Camila Zoe. .....p.48	117. <b>El oeste, semanario de caseros.</b> Caserta, Gabriela. .....p.24
56. <b>El manejo de la comunicación en la guerra de Irak.</b> Basaldúa, María Agustina. .....p.20	21. <b>El patrocinio en el automovilismo argentino. Una alternativa poco explorada.</b> Álvarez, Pablo Mario. .....p.18
386. <b>El mapa del tesoro oculto. Publicidad turística.</b> Mombrú, Marcelo. .....p.42	71. <b>El pensamiento estratégico dentro de la empresa.</b> Boeykens, Paula. .....p.21
479. <b>El marketing directo.</b> Ridner, Débora. .....p.48	278. <b>El posicionamiento del producto a través de las Relaciones Públicas.</b> Horvat, Aldana. .....p.35
382. <b>El marketing promocional.</b> Mohadeb, Jessica. .....p.42	413. <b>El posicionamiento del turismo argentino.</b> Otegui, Romina. .....p.44
512. <b>El medio como edificio.</b> Russo, Pablo E. .....p.50	397. <b>El público interno en función de la imagen corporativa de Metrored.</b> Nápoli, Horacio. .....p.43
579. <b>El mercado de los niños.</b> Tavello, Mariana. .....p.54	216. <b>El público joven de AM.</b> Frost, Lorena Paula. .....p.31
223. <b>El micromundo de la premiación publicitaria.</b> Gándola, María Juliana. .....p.31	437. <b>El punto de venta.</b> Pérez, Gustavo. .....p.45
538. <b>El mito andrógino.</b> Sgattoni, Martín. .....p.52	577. <b>El revival de la dinámica espacial del conventillo, plasmado en las viviendas agrupadas modernas.</b> Tarnaruder, Mariela Ariela. .....p.54
119. <b>El mundial de las marcas.</b> Castelletti, Vanina. .....p.24	49. <b>El rol de la comunicación en la reinserción del ejército en la sociedad argentina.</b> Balza, Santiago Javier. .....p.20
53. <b>El mundo de las figuras retóricas.</b> Barone, Mariana. .....p.20	226. <b>El rol de la creatividad en la publicidad argentina actual.</b> García Rabell, Emmanuel. .....p.31
242. <b>El negocio de los lubricantes.</b> Gómez, Carolina. .....p.32	263. <b>El rol de las Relaciones Públicas frente al marketing.</b> Gunning, Pablo. .....p.34
567. <b>El negocio del vino. Creación de nuevos espacios.</b> Surribas, María Florencia. .....p.53	29. <b>El rol del relacionista público en el ámbito de la capacitación.</b> Apesteuguía, María Alejandra. .....p.18
161. <b>El niño y los espacios. La vivienda y el jardín de infantes (de 0 a 6 años).</b> De los Santos, María Victoria. .....p.27	626. <b>El rol profesional del diseñador. La fusión de la indumentaria infantil entre oriente y occidente.</b> Won, María Ester. .....p.58
587. <b>El nuevo mandato femenino anda sobre ruedas. Caso Ford.</b> Torres Moreno, Carolina. .....p.55	
72. <b>El nuevo rol social de la publicidad como forma de comunicación.</b> Bogunovich, Georgina Analía. .....p.21	

99. <b>El rumor. Un anónimo con nombre y apellido.</b> Campana, Carlos Federico. .....p.23	496. <b>Escalando las mentes.</b> Rogato, Rosana. .....p.49
557. <b>El shopping center. Un mundo de sensaciones.</b> Stein, Marina. .....p.53	176. <b>Escenografía urbana. Una ciudad, una estética.</b> Echevarría, Bárbara. .....p.28
573. <b>El Sida en los medios de comunicación.</b> Tagliani, Hernán. .....p.54	41. <b>Escondidos detrás del anonimato.</b> Audisio, Patricia. .....p.19
628. <b>El supermercadismo en la argentina: Caso Disco.</b> Yahía, Natalia. .....p.58	531. <b>Espejismos de plata. Identidad nacional argentina.</b> Sciola, María Victoria. .....p.52
417. <b>El tango en el mundo contemporáneo.</b> Pane, Vanessa Julieta. .....p.44	13. <b>Estado de la cuestión del sector turístico y de la hospitalidad en la Argentina. Cómo el sector turístico hotelero intenta hacer frente a la crisis.</b> Alfonsín, María Laura. .....p.17
608. <b>El tercer espacio. El cortometraje como nuevo medio publicitario.</b> Ventura, Martín. .....p.57	460. <b>Estado del arte. Comunicación global.</b> Prina, Alejandro. .....p.47
258. <b>El video clip, ¿una vuelta al cine mudo?.</b> Güemes, María Rosa. .....p.33	132. <b>Estampados del siglo XX: Un reflejo de la sociedad y el arte sobre el tejido.</b> Cho, Young Hyon. .....p.25
88. <b>Electro urbe. Cultura electrónica.</b> Buschiazzo, María Sol. .....p.22	19. <b>Estereotipo y mujer en el discurso publicitario.</b> Álvarez, María Eva. .....p.18
262. <b>Empresa de telecomunicación: La comunicación de una imagen.</b> Gugliermetti, Ana Laura. .....p.34	370. <b>Estereotipos femeninos.</b> Méndez, María de las M. .....p.41
232. <b>Empresa familiar. La pequeña y mediana empresa.</b> Gelabert, Agustina. .....p.32	411. <b>Estética y narrativa en la TV argentina de los '90.</b> Oscaris, Hernán. .....p.43
215. <b>En busca de una auténtica remake.</b> Fontela Vázquez, Marcelo. .....p.31	4. <b>Estética y shopping.</b> Abracek, Karen. .....p.17
281. <b>En búsqueda de una identidad.</b> Imposa, María de las M. .....p.35	547. <b>Estética y sociedad. La influencia de la moda en la sociedad actual.</b> Sommaruga, María Agustina. .....p.53
450. <b>Enfrentamiento entre dos culturas a través del diseño.</b> Polastri, Juliana. .....p.46	424. <b>Estilo creativo argentino vs. Estilo creativo brasileño.</b> Pastore, Pablo. .....p.45
63. <b>Envasando paradigmas. El packaging como formador de la conciencia alimentaria del imaginario social.</b> Bidegain, Lorena. .....p.21	498. <b>Estrategias de comunicación institucional.</b> Rojo, Marcela. .....p.49
462. <b>Envases flexibles e impresión flexográfica.</b> Pulli, Darío Martín. .....p.47	111. <b>Ética en las Relaciones Públicas.</b> Carluccio, María Victoria. .....p.24
	179. <b>Ética periodística.</b> Erut, Laura. .....p.28

518. <b>Ética profesional y Relaciones Públicas.</b> Sánchez, Silvina Laura. .....p.51	374. <b>Globalización y patterns publicitarios.</b> Merendoni, Daniel. .....p.41
98. <b>Eventos promocionales en períodos de vacaciones.</b> Camozzi, Alejandro. .....p.23	231. <b>Globalización.</b> Gay, Josefina. .....p.32
616. <b>Exportación de un producto artesanal.</b> Villagra, Verónica. .....p.57	142. <b>Gracias al humor. Remedio chino infalible.</b> Colzani, Georgina. .....p.26
440. <b>Exportar la marca argentina.</b> Piazzoni, Cynthia. .....p.46	218. <b>Guía multimedia del Hatha-Yoga.</b> Gago, Julián. .....p.31
559. <b>Fábrica de sueños. Moda, medios gráficos y publicidad.</b> Stisman, Silvina. .....p.53	394. <b>Guía turística de las grandes superficies.</b> Murekian, Irina. .....p.42
546. <b>Familia y publicidad en la posmodernidad.</b> Somalo, Marianela. .....p.52	438. <b>Herramientas para las ONG's. Las Relaciones Públicas como herramienta de comunicación para las organizaciones no gubernamentales.</b> Pérez Cuervo, Mariana. .....p.46
381. <b>Festivales publicitarios, la trastienda.</b> Modolo, Cintia Karina. .....p.42	609. <b>Hipercomunicación.</b> Vereá, Carlos Sebastián. .....p.57
398. <b>Fidelización, soborno y extorsión.</b> Neira, Hernán. .....p.43	122. <b> Holding de medios en la Argentina.</b> Cavalli, Constanza. .....p.25
599. <b>Filmando ideas.</b> Valiño, María de las Victorias. .....p.56	481. <b>Hollywood en las tandas.</b> Riera, Paula Gimena. .....p.48
307. <b>Fue, es y será, siempre Coca-Cola.</b> Lareo, Soledad. .....p.37	269. <b>Homo consumidor. Consumidor masculino posmoderno.</b> Hecker, Andrea. .....p.34
241. <b>Fuera de tanda.</b> Golstein, Yamila. .....p.32	523. <b>Hoy arte y publicidad.</b> Saralegui, Mariana. .....p.51
32. <b>Fundraising.</b> Aranovich, Silvina D. .....p.19	455. <b>Huellas que dejan marcas.</b> Portell, Mariana. .....p.47
240. <b>Fusión cultural.</b> Giusto, Natacha. .....p.32	550. <b>Humor sobre el agua. Cuando el humor hace milagros publicitarios.</b> Soto, Juan Diego. .....p.53
311. <b>Fusiones y adquisiciones en Argentina.</b> Lavenia, María Victoria. .....p.37	253. <b>Ice-shake. Primer helado sin cadena de frío.</b> Grehan, María José. .....p.33
67. <b>Fusiones y adquisiciones.</b> Blanco, Lilian. .....p.21	255. <b>Identidad cultural del Barrio de La Boca.</b> Grobocopatel, Natalia. .....p.33
156. <b>Fusiones y adquisiciones.</b> D'Amore, Florencia. .....p.27	90. <b>Identidad sonora.</b> Bustos Fernández, Percy. .....p.22
305. <b>Fútbol S.A.</b> Lande, Marcela. .....p.37	7. <b>Imagen corporativa en locales comerciales.</b> Alaniz Gatiús, Pamela. .....p.17
245. <b>Generation. Las Relaciones Públicas en el espacio cibernético.</b> Gómez Sánchez, María Alejandra. .....p.33	

27. <b>Imagen corporativa. Fusiones y adquisiciones: Caso Repsol-YPF.</b> Angiorama, Carolina. .....p.18	228. <b>Internet y Relaciones Públicas en situación de crisis.</b> Garmendia, María Laura. .....p.31
420. <b>Imagen de artistas de rock.</b> Parella Terriel, Alejo. .....p.44	519. <b>Internet.</b> Sánchez Botello, Laura. .....p.51
491. <b>Imagen de marca: Patagonia Sur.</b> Rodríguez, María Luján. .....p.49	605. <b>Internet. Una nueva herramienta de comunicación interna y la importancia de la misma ante una crisis organizacional.</b> Vázquez Goizueta, María Florencia. .....p.56
624. <b>Imagen deportiva y patrocinio. Fútbol y Relaciones Públicas.</b> Wolff, Carolina. .....p.58	434. <b>Issues management. Relaciones Públicas en las petroleras argentinas.</b> Pereyra, César. .....p.45
576. <b>Imagen empresaria en los servicios públicos.</b> Targize, Verónica. .....p.54	15. <b>Jingle Bells.</b> Almejún, Marcelo. .....p.18
520. <b>Imagen institucional del jardín de infantes St. Martín in the Fields.</b> Sánchez Vila, Marina. .....p.51	600. <b>Juguemos a la tele...</b> Vardé, María Alejandra. .....p.56
451. <b>Imagen perfilada.</b> Poliak, Karina. .....p.46	280. <b>Juguemos en el bosque... (ética publicitaria).</b> Ibarra García, Ignacio. .....p.35
45. <b>Imagen vs. moda.</b> Bagur, Nazareth. .....p.19	50. <b>Kioscomanía.</b> Barabani, Federico. .....p.20
419. <b>Imagen y comunicación de las mujeres políticas. Caso Carrió.</b> Panossian, Carolina Vanesa. .....p.44	620. <b>La autonomía creativa de la revista tipográfica en el campo del diseño editorial de habla hispana.</b> Viñas, Mariana. .....p.57
38. <b>Imagen.</b> Arriola, Mariano Damián. .....p.19	570. <b>La belleza como adicción.</b> Tabak, María. .....p.54
252. <b>Imágenes múltiples. Hacia un enfoque alternativo.</b> González Massenio, Diego H. .....p.33	425. <b>La campaña política no cesa.</b> Paternó, Juan Ignacio. .....p.44
363. <b>Impacto creativo vs. imagen corporativa.</b> Massun, Verónica. .....p.40	140. <b>La cerveza y su envase.</b> Colell, Ingrid. .....p.26
285. <b>Impacto de las nuevas tecnologías en el diseño de interiores.</b> Jakowczuk, Gisela. .....p.35	533. <b>La compra de espacios en medios, claves para una óptima negociación.</b> Scolnic, Sabrina. .....p.52
189. <b>Indumentaria laboral. Éxito a través del color.</b> Etcheverry, Angela. .....p.29	418. <b>La computación en el proceso creativo.</b> Paniagua, Darío. .....p.44
395. <b>Influencia de los medios de comunicación de masas en la formación de la opinión pública.</b> Mustazza, Mariela Alejandra. .....p.43	141. <b>La comunicación al servicio de las buenas causas.</b> Colli, Cecilia. .....p.26
625. <b>Influencia que tienen las acciones de marketing sobre el consumidor de tabaco.</b> Wolff, Gabriela. .....p.58	208. <b>La comunicación corporativa en el plan de crisis.</b> Ferrero, Federico. .....p.30

133. <b>La comunicación corporativa en el rubro óptico.</b> Churba, Romina. .....p.25	57. <b>La expansión de la microempresa en Argentina.</b> Bello, Susana. .....p.20
183. <b>La comunicación de los productos farmacéuticos.</b> Esponda, Georgina. .....p.29	191. <b>La familia en la empresa.</b> Fano, Soledad. .....p.29
489. <b>La comunicación filantrópica en Argentina.</b> Rodríguez, Ignacio Sebastián. .....p.49	74. <b>La fidelidad de las marcas.</b> Bonadeo, Martín. .....p.21
123. <b>La comunicación institucional en las empresas.</b> Cavalli, Diego E. .....p.25	596. <b>La fidelidad del consumidor.</b> Uva, Juliana María. .....p.56
229. <b>La comunicación interna como herramienta estratégica para una autoimagen positiva. El enfoque erróneo. El cambio acertado.</b> Garófalo, Mariano. .....p.31	603. <b>La fotografía publicitaria aplicada a las gráficas de perfumes.</b> Vázquez, Mónica. .....p.56
211. <b>La comunicación interna en los call centers.</b> Fiorante, María Lía. .....p.30	515. <b>La fotografía publicitaria como argumento persuasivo.</b> Saliba, Mariela. .....p.50
410. <b>La comunicación visual en la vía pública. La propaganda política en Argentina.</b> Ortega, Damiana. .....p.43	511. <b>La fotografía publicitaria.</b> Russo, María Fernanda. .....p.50
446. <b>La construcción de la identidad a través de la moda.</b> Plazibat, María Mercedes. .....p.46	377. <b>La fuente de la eterna juventud.</b> Milán, María Julieta. .....p.41
195. <b>La construcción del acontecimiento por los medios masivos de comunicación.</b> Farré Boldú, Eulalia. .....p.29	324. <b>La función del departamento de Relaciones Públicas.</b> Locreille, María Eugenia. .....p.38
225. <b>La construcción del vínculo profesional entre las empresas y los medios.</b> García Lambert, Mariela. .....p.31	612. <b>La gestión en crisis.</b> Verschoor, Eliane. .....p.57
532. <b>La creación de sensaciones en interiores a través de la iluminación.</b> Scioscia, Carla Andrea. .....p.52	220. <b>La globalización en publicidad.</b> Galié, María Clara. .....p.31
448. <b>La creatividad publicitaria pensada para chicos.</b> Poblete, Fernando. .....p.46	566. <b>La globalización en publicidad.</b> Suraniti, Ariel Pablo. .....p.54
371. <b>La desmotivación en acción.</b> Mendizábal, Carolina R. .....p.41	283. <b>La guerra de las marcas: Líderes vs. propias.</b> Irigaray y Asúa, Verónica Inés. .....p.35
510. <b>La efectividad en la creatividad publicitaria.</b> Ruiz, Rodrigo Hernán. .....p.50	334. <b>La guerra promocional entre Coca y Pepsi.</b> Loyato, Ileana. .....p.38
536. <b>La era de despidos masivos.</b> Selva, Diego. .....p.52	126. <b>La hegemonía de las tres "P".</b> César, Joaquín. .....p.25
582. <b>La evolución del departamento de medios.</b> Terzano, Martín Gabriel. .....p.54	171. <b>La identidad global.</b> Dominguez, Ana Laura. .....p.28
	493. <b>La ilusión de una ilusión. El azar como estrategia publicitaria.</b> Rodríguez, Roxana. .....p.49
	44. <b>La imagen como motivadora de participación empresarial.</b> Badías, Patricia. .....p.19

93. <b>La imagen de Argentina.</b> Cáceres, Claudia. .....p.23	634. <b>La influencia del surrealismo en la moda.</b> Zwirner, Tamara. .....p.58
68. <b>La imagen de las empresas frente a acciones solidarias.</b> Blanco, Marina. .....p.21	465. <b>La Internet y sus influencias.</b> Raisman, Ricardo. .....p.47
384. <b>La imagen de los peajes de la costa.</b> Molina, Jesica Andrea. .....p.42	275. <b>La luz como escena en la vivienda familiar.</b> Herráez, María Eugenia. .....p.34
100. <b>La imagen digital.</b> Camplone, Leonardo. .....p.23	598. <b>La Mañana de Córdoba. Rediseño total del diario.</b> Valcarenghi, Agustín. .....p.56
480. <b>La imagen distorsionada.</b> Riemer, Diego. .....p.48	238. <b>La marca como entidad corporativa.</b> Giménez, Silvina Martha. .....p.32
445. <b>La imagen ecoturística de la Antártida.</b> Planas, Sebastián. .....p.46	136. <b>La marca como identidad comparativa - proyecto editorial.</b> Clavier Grüber, María Jeannette. .....p.25
151. <b>La imagen interna de las empresas familiares.</b> Cruz, Marina. .....p.26	288. <b>La mediación institucionalizada.</b> Jinich, Ariana M. .....p.35
318. <b>La imagen vs. el precio.</b> Lescano Cameriere, Florencia. .....p.37	554. <b>La mirada indiscreta.</b> Srajo Rocco, Leticia. .....p.53
272. <b>La imagen y la palabra en publicidad.</b> Hernández, María Florencia. .....p.34	273. <b>La moda como comunicador político.</b> Hernández, María Paula. .....p.34
95. <b>La importancia de la comunicación interna en las empresas. Empresas de servicios - hoteles cinco estrellas.</b> Cali, Daniela. .....p.23	427. <b>La moda y la política.</b> Paur, Verónica. .....p.45
221. <b>La importancia de la creatividad en los comerciales televisivos.</b> Gálvez, Hernán Ariel. .....p.31	190. <b>La moda y la publicidad.</b> Faiatt, Carolina. .....p.29
10. <b>La importancia de la imagen pública.</b> Albuixech, Cecilia. .....p.17	342. <b>La mujer argentina y la publicidad.</b> Magurno, Marina. .....p.39
486. <b>La industria textil entre 1995 y el 2000 y la búsqueda de identidad nacional.</b> Rodríguez, Alicia. .....p.48	59. <b>La mujer en el ámbito laboral.</b> Benítez Freire, Goldine. .....p.20
46. <b>La influencia de la indumentaria y cultura oriental en las películas de ciencia ficción.</b> Baik, Alejandro Hyun Chul. .....p.20	163. <b>La mujer y la publicidad.</b> Di Giorgio, María Silvina. .....p.27
181. <b>La influencia de las Relaciones Públicas en los fenómenos exitosos musicales de la actualidad argentina.</b> Escobedo, Marcela. .....p.28	125. <b>La mutación de los cuerpos.</b> Cerutti, Paula. .....p.25
544. <b>La influencia del satélite en cable.</b> Sleizer, Daniel. .....p.52	621. <b>La necesidad de lo específico. Marketing directo.</b> Vivona, Ana Paula. .....p.57
	69. <b>La nueva comunicación política.</b> Boeris, Gimena. .....p.21
	150. <b>La nueva comunicación política.</b> Cossio, María Ángeles. .....p.26

120. <b>La onda shopping. Consumo de jóvenes.</b> Castillo, Mariana. .....p.24	25. <b>La publicidad no tradicional en el cine.</b> Amran, Lorena. .....p.18
572. <b>La organización luchemos por la vida, la efectividad en los mensajes.</b> Tagliani, Juan Ignacio. .....p.54	549. <b>La publicidad que vende publicidad.</b> Sosa Caballero, María G. .....p.53
97. <b>La otra publicidad. El nuevo realismo de la comunicación comercial.</b> Calvani, Pablo. .....p.23	182. <b>La publicidad responsable.</b> Espiño, Victoria Lucía. .....p.28
164. <b>La pelota de oro. El negocio del fútbol.</b> Di Gregorio, Leandro. .....p.27	360. <b>La publicidad social.</b> Martire, Julieta. .....p.40
581. <b>La perdurabilidad de la imagen (sociedad pos-moderna).</b> Terranova, Rosana. .....p.55	613. <b>La Publicidad subliminal.</b> Vidal, Luz. .....p.57
168. <b>La personalidad de marcas.</b> Díaz Brennan, Natalia. .....p.28	367. <b>La Publicidad y el fútbol amateur infantil.</b> Mazzucco, Sebastián Guillermo. .....p.41
79. <b>La planificación de medios. Interpretación de las variables cuali y cuantitativas empleadas en la planificación.</b> Bozzalla, Analía. .....p.22	604. <b>La publicidad y los más pequeños.</b> Vázquez, Verónica. .....p.56
207. <b>La profundidad de lo superficial.</b> Ferrari, Silvina. .....p.30	401. <b>La radiografía de una imagen.</b> Obiglio, Cecilia. .....p.43
64. <b>La programación neurolingüística y barreras en la comunicación interna.</b> Biestro, María Laura. .....p.21	315. <b>La relación y la comunicación entre directores y afiliados dentro del ámbito sindical.</b> León, María del Pilar. .....p.37
389. <b>La promesa suntuaría.</b> Mosquera, María del Carmen. .....p.42	478. <b>La responsabilidad social de la publicidad.</b> Rey, María Florencia. .....p.48
571. <b>La psicología social.</b> Taddei, Elisabet. .....p.54	58. <b>La responsabilidad social.</b> Benitez, Celeste. .....p.20
430. <b>La publicidad argentina de los '90 como espectáculo.</b> Pedreschi, Romina. .....p.45	506. <b>La reutilización de un recurso natural. Los bosques fueguinos.</b> Ruano, Wanda. .....p.50
537. <b>La publicidad como espectáculo.</b> Seriani, Jorge. .....p.52	144. <b>La Ribera. Un nuevo semanario.</b> Coppari, Eliana. .....p.26
316. <b>La publicidad efectiva. Los ojos puestos en la estrategia.</b> Leonetti, María Florencia. .....p.37	466. <b>La seducción del perfume.</b> Ramírez, Karina. .....p.47
247. <b>La publicidad en el Mercosur. Barreras culturales.</b> Gontier, Gisela. .....p.33	145. <b>La segmentación de los medios gráficos.</b> Coppari, Sabrina. .....p.26
158. <b>La publicidad en la era global.</b> Dayán Peralta, Victoria. .....p.27	174. <b>La situación actual de Argentina (crisis).</b> Echagüe, Guillermo. .....p.28
	104. <b>La sponsorización en el tenis.</b> Carbajo, Carolina. .....p.23
	385. <b>La tecnología como ficción posmoderna.</b> Molina, Noel. .....p.42

560. <b>La televisión como difusora del consumo: Los Simpson.</b> Stolarz, Betiana. .....p.53	475. <b>Las Relaciones Públicas en la red.</b> Ravettini, Ezequiel. .....p.48
368. <b>La televisión en busca del futuro.</b> Melo, Silvia Cristina. .....p.41	408. <b>Las Relaciones Públicas en la República Argentina.</b> Origoni, Alejandro. .....p.43
578. <b>La temeraria señorita ética.</b> Tartarelli, Diego. .....p.55	421. <b>Las Relaciones Públicas en las empresas de eventos.</b> Parotti, Luciana. .....p.44
407. <b>La tercera dimensión el bien público.</b> Orcajada, María Noel. .....p.43	124. <b>Las Relaciones Públicas en las PyMEs.</b> Centanaro, Martín Alejandro. .....p.25
494. <b>La transformación de los medios de comunicación en herramientas propagandísticas durante la guerra de Irak.</b> Rodríguez Menzer, Leticia. .....p.49	383. <b>Las Relaciones Públicas en las PyMEs.</b> Moledo, Valeria. .....p.41
464. <b>La trastienda.</b> Quiroga, Sol. .....p.47	103. <b>Las Relaciones Públicas y el marketing farmacéutico.</b> Capria, María Cecilia. .....p.23
358. <b>La última decisión. Publicidad láctea.</b> Martínez Baquero, Gustavo. .....p.40	503. <b>Las Relaciones Públicas y la actividad diplomática en el Mercosur. Aporte de las Relaciones Públicas al servicio exterior.</b> Rouffet, Dominique. .....p.50
213. <b>La UNESCO y la opinión pública.</b> Ferreri, María José. .....p.30	198. <b>Las Relaciones Públicas y la logística.</b> Fenley, Laura. .....p.30
200. <b>La vía pública.</b> Fernández, Marcela Adriana. .....p.30	24. <b>Las Relaciones Públicas y las ONG's. Un camino hacia el desarrollo sustentable.</b> Amigo, Agustina. .....p.18
279. <b>La virtualización de la sensación.</b> Ibarra, Andrea F .....p.35	101. <b>Las Relaciones Públicas y su relación con la industria hotelera internacional.</b> Campodónico, Analía. .....p.23
244. <b>Laboratorios beta. Su imagen en el mercado farmacéutico argentino.</b> Gómez Martino, María Laura. .....p.32	201. <b>Las Relaciones Públicas, el deporte amateur y el patrocinio.</b> Fernández de Cieza, Marcela Andrea. .....p.29
94. <b>Las fronteras de la creatividad.</b> Cadile, María Laura. .....p.23	338. <b>Las Relaciones Públicas, más allá de los paradigmas tradicionales.</b> Luna, Anahí Luján. .....p.39
485. <b>Las máscaras de la posmodernidad.</b> Roca, Yanina. .....p.48	12. <b>Las vidrieras y su falta de diseño.</b> Ale, Carla Daniela. .....p.17
91. <b>Las PyMEs y la publicidad.</b> Caba, Karina. .....p.23	205. <b>Levi's y la discriminación.</b> Fernández Pelayo, Anabella. .....p.30
414. <b>Las Relaciones Públicas como herramienta.</b> Otero, Diego M. .....p.44	173. <b>Lo esencial no es invisible a los ojos. La imagen en la era de la globalización.</b> Dubove, Paula. .....p.28
310. <b>Las Relaciones Públicas dentro de la industria farmacéutica.</b> Lautieri, María Celeste. .....p.37	
109. <b>Las Relaciones Públicas empresariales en Argentina.</b> Carlesso, Ricardo J. .....p.24	

564. **Lo más profundo de lo superficial.** Suárez, Mariana Laura. ....p.54
149. **Lo simbólico nos invade.** Cosentino, María Elina. ....p.26
78. **Los animales y la publicidad.** Bouvet, Francisco Antonio. ....p.22
543. **Los años '50. El fotoperiodismo.** Slatkis, Valeria. ....p.52
586. **Los avances de programas en la tanda publicitaria.** Torreiro, Christian. ....p.55
52. **Los caminos de la creatividad.** Bari, Laura. ....p.20
364. **Los efectos de la publicidad audiovisual en las decisiones de los jóvenes.** Maximino, Carla. ....p.41
406. **Los envases y las nuevas tecnologías.** Oltolina, Valeria. ....p.43
433. **Los hijos del consumo.** Percal, Tamara. ....p.45
188. **Los límites de la publicidad.** Etchevarne, Federico. ....p.29
135. **Los lofts en buenos aires.** Clarich, María Fernanda. ....p.25
43. **Los medios de comunicación como grupos de presión.** Avati, Daniela. ....p.19
299. **Los medios de comunicación y la publicidad.** Knop, Fabiola. ....p.36
224. **Los mejores rincones de un lugar único.** Garat, Sofía. ....p.31
463. **Los modelos corporales del discurso publicitario.** Querciotti, Mariela. ....p.47
350. **Los movimientos anticorativos. Las multinacionales bajo la lupa.** Marconi, Paula Soledad. ....p.40
204. **Los niños y los medios electrónicos.** Fernández Fernández, Maribel. ....p.30
105. **Los objetivos que persigue la filantropía corporativa.** Carballo, Karina. ....p.23
116. **Los patterns locales en el Mercosur.** Casal, María Alejandra. ....p.24
235. **Los pequeños teleespectadores (de 3 a 6 años).** Giacomazzi, Gabriela. ....p.32
22. **Los sentimientos en la publicidad.** Álvarez del Valle, Eugenia. ....p.18
170. **Los shopping centers.** Dobniewski, Natacha. ....p.28
185. **Los talles en las prendas para adolescentes y jóvenes argentinas.** Estevez, Andrea Verónica. ....p.29
146. **Made in Argentina: Para nosotros y para el mundo.** Coppola, Patricia. ....p.26
415. **Made in casa. Marcas propias.** Palermo, María de la Paz. ....p.44
563. **Maldito humor. Cuando el chiste mata a la marca.** Strajjer, Martín. ....p.54
295. **Manga-anime. Su influencia sobre la moda japonesa.** Kim, Analia. ....p.36
276. **Manuela Rosas. Primera relacionista pública argentina.** Heyaca, María Eugenia. ....p.34
331. **Mar del Plata. Reposicionamiento turístico.** López Arestín, Agustina. ....p.38
378. **Marca: Personaje. Construcción de imagen de personajes populares.** Milano, Pablo. ....p.41
356. **Marca-país argentina. Una problemática a resolver.** Martín, Romina Vanesa. ....p.40
237. **Marcas en momentos de crisis.** Giménez, Sebastián. ....p.32
431. **Marcas propias en supermercados.** Pelliza, Mariano. ....p.45

376. **Marcas propias.** Micó, Gonzalo.  
.....p.41
3. **Marketing de base de datos.** Abraham, Pablo.  
.....p.17
11. **Marketing de base de datos.** Alcaraz, Alicia Soledad.  
.....p.17
484. **Marketing de juguetes.** Riverós, María Dolores.  
.....p.48
623. **Marketing deportivo.** Winkler, Gerardo.  
.....p.58
591. **Marketing directo y crisis.** Trucco, Sofia.  
.....p.55
429. **Marketing farmacéutico.** Pedevilla, Albano.  
.....p.45
561. **Marketing farmacéutico.** Stoppel, Jessica.  
.....p.53
375. **Marketing filantrópico.** Merlo, Analía.  
.....p.41
26. **Mc Donald's: Comunicación interna.** Andrés, Marianela.  
.....p.18
348. **Media-boarding.** Maqui, Ignacio.  
.....p.39
62. **Mediación del profesional de relaciones públicas en los programas de capacitación gerencial.** Bezzi, Fernanda.  
.....p.21
17. **Medios y globalización.** Alsina, Florencia.  
.....p.18
34. **Megaproductos.** Argento, Ricardo.  
.....p.19
369. **Mercaderes de la angustia. Consumo de tabaco y alcohol.** Méndez, Julio César.  
.....p.41
89. **Mercado grande. Consumidores chicos.** Bustillo, Pia M.  
.....p.22
75. **Mercosur publicitario.** Bongarrá, Carolina.  
.....p.21
137. **Mercosur.** Clavier Grüber, María Milagros.  
.....p.25
329. **Mi querida Argentina.** López, Rocío.  
.....p.38
246. **Micro patriotismo en busca del macro patriotismo.** Gonçalves, Alfonso Jorge.  
.....p.33
432. **Moda 100% argentina.** Perales del Castillo, Fernanda.  
.....p.45
372. **Moda e identificación.** Merayo, María Gabriela.  
.....p.41
60. **Moda y psicología.** Berardi, Catalina.  
.....p.20
500. **Moda, identidad y consumo.** Román, Verónica.  
.....p.50
309. **Modas creativas.** Lauría, Luciano.  
.....p.37
471. **Modelos de eticidad que formula la publicidad.** Rampoldi, María Florencia.  
.....p.47
435. **Mujeres al poder. La mujer y el management.** Pereyra Moine, Luz.  
.....p.45
277. **Museo Etnográfico entre la memoria y la comunicación.** Hokama, Ezequiel.  
.....p.35
227. **Music adline. El límite entre lo publicitario y lo discográfico.** García Roggero, Silvana.  
.....p.31
106. **Música publicitaria. Sostenidos y bemoles en la publicidad argentina.** Cárcamo, Mario Gabriel.  
.....p.24
42. **Narrativa interactiva. ¿Cómo narrar en un medio interactivo?.** Avalle, Laura.  
.....p.19
192. **Naturaleza y mercado.** Farhi, Mariela.  
.....p.29
632. **Ni el huevo, ni la gallina. Ideas.** Zanutto, Leonardo Ariel.  
.....p.58
129. **Niños dentro del discurso publicitario.** Charra, Claudina.  
.....p.25
76. **No hay mal que dure cine años. Pero remedios, sí. Caso: Bayer, Bayaspirina / Cafiaspirina.** Bonora, Gabriela.  
.....p.22
357. **Nuestras débiles voluntades. Política y publicidad.** Martín Nicastro, Gonzalo.  
.....p.40

323. <b>Nueve divas del cine y la moda.</b> Lizarraga, Luis. .....p.38	209. <b>Persuasivo vendedor, silencioso pero efectivo. El color.</b> Ferreyra, Claudia. .....p.30
112. <b>Nuevos soportes. Del papel a la pantalla.</b> Carra, José Federico. .....p.24	35. <b>PET, pasado, presente y futuro.</b> Arias, Leticia. .....p.19
165. <b>Objetos de deseo.</b> Di Rico, Natalia. .....p.27	2. <b>Plan de comunicación interna para las entidades financieras: Caso Banco Piano S.A.</b> Abecasis, Bárbara. .....p.17
617. <b>Outplacement y outsourcing en el área de las comunicaciones.</b> Villarreal, Silvana Florencia. .....p.57	353. <b>Plan de comunicación para cadenas de retail.</b> Marmetto, Martín Andrés. .....p.40
495. <b>Packaging de exportación.</b> Rodríguez Presedo, Laura. .....p.48	555. <b>Plan de comunicaciones integradas: Caso Máxima AFJP</b> Stafforini, Agustina. .....p.53
507. <b>Packaging. El marketing de los sentidos.</b> Rubaja, Iris. .....p.50	169. <b>PNT. La nueva protagonista de la pantalla.</b> Distasio, Nataly. .....p.28
592. <b>Pantalla gigante. La eficacia del cine publicitario.</b> Turner, Patricia. .....p.55	456. <b>Poder en publicidad.</b> Portillo, Gonzalo. .....p.46
540. <b>Para Ti. Evolución del diseño y la mujer actual.</b> Silveti, María. .....p.52	118. <b>Política y Relaciones Públicas.</b> Casimiro, María Mercedes. .....p.24
399. <b>Paraísos prohibidos. La comunicación de la marihuana.</b> Nelson, Pablo Javier. .....p.43	627. <b>Políticos en campaña ¿propaganda o publicidad?.</b> Woscoff, Florencia Paula. .....p.57
482. <b>Paremos la pelota. Saturación en la recepción de los discursos publicitarios contruidos a través de estereotipos.</b> Riu, Germán. .....p.48	138. <b>Por qué y cómo el sonido comunica.</b> Cleiman Can, Gastón. .....p.26
447. <b>Pasión por el fútbol.</b> Plúgel, Erica Lorena. .....p.46	6. <b>Posible deterioro de la imagen.</b> Agotegaray, Soledad. .....p.17
236. <b>Patrocinio deportivo.</b> Giacomelli, Federico. .....p.32	594. <b>Posicionamiento, imagen y estrategias.</b> Urabayen, Carla Paola. .....p.56
575. <b>Pauta invasiva. La publicidad en la vida privada.</b> Tapia, Carolina. .....p.54	177. <b>Prevención de la drogadicción.</b> Elias, Virginia. .....p.28
155. <b>Pensar global, actuar local.</b> D'agnino, Soledad. .....p.27	162. <b>Produser - una herramienta informática.</b> De Mingo, Esteban. .....p.27
264. <b>Pequeños grandes consumidores. Marketing infantil.</b> Hanono, Paula. .....p.34	261. <b>Promoción de productos alimenticios y su marco legal.</b> Guglielmino, Guido. .....p.34
107. <b>Percepción y diseño de interiores. La importancia de la incidencia de la percepción en el diseño de interiores.</b> Cardoso Cis, María Josefina. .....p.24	298. <b>Promoción de vinos finos argentinos en U.S.A.</b> Klas, Tamara. .....p.36
308. <b>Personalidad corporativa. Importancia, control y comunicación de la personalidad de la empresa.</b> Larrandart, Miguel. .....p.37	81. <b>Promociones en Internet.</b> Braier, Paola. .....p.22

160. <b>Promociones en punto de venta.</b> De Lellis, María Fernanda. .....p.27	439. <b>Publicidad y modelo de exclusión social.</b> Pérsico, Juan. .....p.46
346. <b>Proyecto "Pastas Jr." Fideos Frescos con salsa.</b> Makara, Cynthia Karina. .....p.39	293. <b>Publicidad y religión en los medios de Argentina en el período 1990-2000.</b> Katz, Leandro. .....p.36
477. <b>Proyecto Argentina diseño integral. Argentina textil / Argentina gráfica / Argentina industrial / Argentina multimedial.</b> Repetto Benavides, Matías. .....p.48	542. <b>Publicidad, el octavo arte.</b> Simonelli, Carolina. .....p.52
526. <b>Proyecto Combler.</b> Scalise, Valeria Lorena. .....p.51	525. <b>Publicidad, juventud y bebidas alcohólicas.</b> Sastri, Alejandro. .....p.51
416. <b>Proyecto Mediados.</b> Panattoni, Sebastián. .....p.44	139. <b>Publicidad: El simulacro.</b> Clementti, Priscila. .....p.26
499. <b>PT + PNT = EP. La sinergia en televisión para alcanzar una mayor eficacia publicitaria.</b> Rolando, Sebastián E. .....p.49	548. <b>Publicidad: Su influencia en el consumo de cigarrillos durante la adolescencia.</b> Soriano, Diego Hernán. .....p.53
233. <b>Publicidad electrónica.</b> Ghidotti, Carolina. .....p.32	30. <b>Publicultura. La publicidad como fenómeno cultural en jóvenes.</b> Aprile, Romina. .....p.19
553. <b>Publicidad interactiva.</b> Spini, Romina. .....p.53	202. <b>Radio AM y opinión pública.</b> Fernández Delamer, Martín. .....p.30
83. <b>Publicidad no tradicional - innovación constante.</b> Brocca, Mariela Leonor. .....p.22	77. <b>Realidad vs. virtualidad. La problemática del diseño de packaging frente a la compra virtual.</b> Bottarini, Ariadna. .....p.22
219. <b>Publicidad no tradicional.</b> Gaidolfi, Silvana. .....p.31	393. <b>Redescubriendo al Dircom.</b> Mraz, Jesica. .....p.42
422. <b>Publicidad rechazada o rechazo a la publicidad.</b> Parra Barbero, Fernando. .....p.44	114. <b>Relaciones museísticas.</b> Carrizo Guglielmino, María Pía. .....p.24
332. <b>Publicidad rechazada. La publicidad que nadie ve.</b> López Ascárate, Carolina. .....p.38	313. <b>Relaciones peligrosas. La mujer y las relaciones públicas.</b> Lee, Eugenia. .....p.37
201. <b>Publicidad subliminal.</b> Fernández, María Dolores. .....p.30	234. <b>Relaciones peligrosas: Publicidad subliminal + MKT uno a uno.</b> Ghioldi, Aldana. .....p.32
631. <b>Publicidad subliminal. Las dos caras de la seducción.</b> Zamora, Hernán Diego. .....p.56	286. <b>Relaciones Públicas cinco estrellas.</b> Jáuregui, Florencia. .....p.35
595. <b>Publicidad verde.</b> Urrutia, Laura Verónica. .....p.55	529. <b>Relaciones Públicas en la sociedad civil argentina.</b> Schejtman, Clarisa. .....p.51
178. <b>Publicidad vs publicidad. La publicidad comparativa en la argentina.</b> Elola, Martín Ignacio. .....p.28	130. <b>Relaciones Públicas y bien público.</b> Chico Giusti, María Carolina. .....p.25
256. <b>Publicidad y bien público.</b> Grossi, Mara. .....p.33	

127. **Renderizando la comunicación.** Cevasco, Pablo Javier.  
.....p.25
18. **Responsabilidad social de las empresas argentinas.** Altounián, Daniel Ricardo.  
.....p.18
396. **Responsabilidad social de las empresas.** Nahuelanca, María Marta.  
.....p.42
541. **Responsabilidad social empresaria en tiempos de crisis, y su incidencia en las comunicaciones.** Simonassi, Ana Lorena.  
.....p.52
65. **Responsabilidad social empresaria.** Bignoli, Laura.  
.....p.21
391. **Responsabilidad social empresaria.** Mouján, María Inés.  
.....p.42
39. **Revalorizar la publicidad.** Arroyo, Mauro.  
.....p.19
380. **Revolución Underground.** Moccia, Leandro Agustín  
.....p.42
490. **Rock y moda.** Rodríguez, María Agustina.  
.....p.49
270. **Ruidos y distorsiones. El fenómeno publicitario televisivo dirigido a niños.** Hecker, Cecilia.  
.....p.34
304. **Santa estrategia.** Labaton, Dana.  
.....p.36
497. **Satisfacción como diferenciador.** Roisi, Carolina.  
.....p.49
267. **Se hace camino al crear. Publicidad gráfica de los '60 y '90.** Hauy, Susana.  
.....p.34
593. **Se presume donante, peligroso atajo. De la persuasión a la imposición.** Ubeira Salim, Matías.  
.....p.56
230. **Se vende cultura. El mercado del arte.** Gavioli Bleta, Laila.  
.....p.32
501. **Segmentación vs. discriminación.** Romero, Paula.  
.....p.50
453. **Señales de humor.** Polliedri, Pablo.  
.....p.46
206. **Señales de identidad.** Ferrando, Débora.  
.....p.30
443. **Ser o no ser. Como se vende el teatro en la argentina.** Pinto, Carla Romina.  
.....p.46
426. **Serás flaca o no serás nada.** Patrón Sánchez, Verónica.  
.....p.45
260. **Sexo polisémico.** Guerrero Dewey, Silvina.  
.....p.33
513. **Sexos en guerra, ¿aprieta y gana? Programas de televisión.** Sacco, Sebastián.  
.....p.50
153. **Sexualidad publicitaria.** Cuniberti, Laura.  
.....p.26
248. **Sexualidad, jóvenes y publicidad.** González, Jerónimo.  
.....p.33
633. **Si se puede, a casa. Teletrabajo.** Zayas, Mariana.  
.....p.58
184. **Sida y comunicación.** Estévez, Andrea.  
.....p.29
328. **Sida: No mirar; no decir; no escuchar (censura).** López, María Victoria.  
.....p.38
504. **Sida: Si no eres parte de la solución, eres parte de el problema.** Rozenwasser, Marcela.  
.....p.50
115. **Sinergia en la iglesia católica. Aplicación de herramientas de comunicaciones integradas y marketing a la estructura de la iglesia católica.** Casado, María Belén.  
.....p.24
259. **Sobredosis de sexo.** Guerrero, Analía.  
.....p.33
268. **Solidaridad vs. vida, una apuesta desapareja.** Hayd, Elly.  
.....p.34
343. **Solos o acompañados.** Mahfud, María José.  
.....p.39
222. **Sponsor, estrella publicitaria.** Gammuto, Andrés Sebastián.  
.....p.31
409. **Sponsor, una jugada de taquito.** Orlando, Julieta.  
.....p.44

461. <b>Stanley Kubrick: Cine intelectual.</b> Pronzato, Victoria. .....p.47	629. <b>Turismo y Relaciones Públicas. Imagen turística de Salta.</b> Zambrano de Belling, Patricia. .....p.58
197. <b>Surf.ar el mercado del surf en argentina.</b> Federico, Patricio. .....p.29	583. <b>Un análisis al análisis de medios.</b> Toledo, Ulises Carlos. .....p.55
545. <b>Tango /04- comunicando país.</b> Sliwkin, Marcelo Javier. .....p.52	474. <b>Un cambio en las reglas de juego.</b> Ratto, Javier. .....p.48
159. <b>Tango, mate y otras yerbas (Marca-país).</b> De Carlo, Daniela. .....p.27	530. <b>Un lugar deseado.</b> Scietti, Nicolás. .....p.51
322. <b>Técnicas de producción textil. Acabados revolucionarios para la moda y el diseño.</b> Litvin, Bettina Daniela. .....p.38	517. <b>Un mercado en crisis. Diseño y producción de indumentaria y textil (Modas).</b> Sammartino, María Laura. .....p.51
352. <b>Tecnohumanización.</b> Marín, Natalia. .....p.40	148. <b>Un mundo de cinco siglos.</b> Cortejarena, Nancy. .....p.26
147. <b>Tecnología sobre nieve.</b> Córdoba, Natalia. .....p.26	341. <b>Un país. Una empresa: Arcor.</b> Machiavelli, Silvina. .....p.39
473. <b>Televisión interactiva. El medio del futuro.</b> Rastatter, Sebastián. .....p.48	402. <b>Una cuestión de imagen. La política mediaticizada.</b> Ojeda, María Sol. .....p.43
80. <b>Tercerización internacional de proyectos para Internet desde la Argentina.</b> Bradford, Daniel Ángel. .....p.22	403. <b>Una sociedad que no envejece.</b> Oliveira, Karina. .....p.43
524. <b>Tic's en el ámbito empresarial (Tecnologías de Información y Comunicación).</b> Sardi, Florencia. .....p.51	469. <b>Unheimlinch, cine de terror.</b> Ramírez, Ramiro. .....p.47
239. <b>Tiempos de imagen masculina.</b> Giorgi, Silvina. .....p.32	296. <b>Uniformidad vs. Originalidad. Preferencias de la sociedad argentina.</b> Kim, Cecilia. .....p.36
345. <b>Traducción simbólica de marcas competitivas.</b> Majdalani, María Guadalupe. .....p.39	157. <b>Utilización de Internet para potenciar los negocios.</b> Daneri, Ezequiel. .....p.27
607. <b>Transgénicos, ¿oposición o simple ignorancia?.</b> Vento, Vanesa Lorena. .....p.56	82. <b>Utilización de un software en planificación de medios.</b> Brichetti, Eliana. .....p.22
51. <b>Transnacionalización de las sociedades y el caso Bazooka.</b> Bardini, Martín. .....p.20	505. <b>Veo, Veo. Lencería.</b> Rozier, Carolina. .....p.50
199. <b>Tratos y estratos. El consumo como forma de socialización.</b> Fernández, Claudia Gabriela. .....p.30	48. <b>Vestuario teatral en la ópera.</b> Ballestrero, Luciana Paula. .....p.20
303. <b>Tu éxito es mi éxito. Liderazgo de opinión.</b> La Venia, Mariano. .....p.36	516. <b>Vida privada y publicidad.</b> Sallenave, Eduardo. .....p.51
	210. <b>Viento blanco.</b> Figueras, Cristian. .....p.30
	388. <b>Violencia en el fútbol.</b> Moreno, Hernán. .....p.42

16. <b>Vivienda inteligente vs. vivienda ecológica.</b> Alonso, Andrea. .....	p.18
61. <b>Viviendas accesibles para personas con discapacidad motriz.</b> Beswick, Patricia Elizabeth. .....	p.20
488. <b>Vivir mejor es una elección.</b> Rodríguez, Consuelo. .....	p.49
40. <b>Western Spaghetti - guión.</b> Aubone, Adrián José. .....	p.19
492. <b>Yo, tú, él.. Nosotros. La comunicación interpersonal.</b> Rodríguez, Nancy Fernanda. .....	p.49
630. <b>YPE La comunicación de una empresa privada.</b> Zamit, Gustavo Alejandro. .....	p.58
266. <b>Zapatillas, marketing y.. ¿violencia?.</b> Hardy Hulme, Jennifer. .....	p.34