

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

Calidad de vida en el consumo/insumo de medicamentos <b>Isabel Cristina Alvarez Rojas</b> ..... 9-9	La no-imagen. Simbología e identidad de los espacios del anonimato <b>Andrés Felipe Lozano Prieto</b> ..... 21-22
Sensorialidad, materia y diseño. Implicancia y rol que cumple la sustancia-materia en el objeto-diseño <b>Eugenia Aryan</b> ..... 9-11	Diseñador gráfico popular e identidad. Luchas sociales y conceptuales por la legitimidad cultural <b>Alfredo Javier Marún Bermeo</b> ..... 23-24
Gestión en las comunicaciones agropecuarias. Desarrollo teórico y análisis de casos en Argentina desde 1990-2000 <b>Virginia Soledad Bruzzone</b> ..... 11-12	Construcción de la identidad del Diseño Gráfico desde el análisis de la publicidad en República Dominicana a partir de 1962 <b>Isadora Miguel Sánchez</b> ..... 24-25
Diseño de exportación: herramienta de crecimiento económico <b>María de los Milagros Cofone</b> ..... 12-13	El rol de Diseño Editorial en el autoaprendizaje <b>Jorge Eduardo Naranjo Isaza</b> ..... 25-26
Internet y el desarrollo de empresas netamente virtuales: el caso de las empresas de capacitación desde una mirada semiótica <b>Elsa Daniela Chiappe</b> ..... 13-14	Dimensiones de la imagen corporativa en instituciones sin fines de lucro en Latinoamérica. Caso: Hospicio de Huérfanos San José - Costa Rica <b>Alez Fernando Ontaneda Vega</b> ..... 26-27
Diseño interdisciplinario: rol y perfil del diseñador gestor <b>César Adrián Estupiñan García</b> ..... 14-15	La capacitación como recurso para la formación de empresas competitivas (PyMEs - Caso Ecuador) tomando como base la creación de una marca estratégica generadora de valor <b>Fernada Elizabeth Pacheco Vera</b> ..... 27-28
Gestión de identidad e imagen empresaria en PyMEs del sector vitivinícola. El atributo “calidad” como elemento comunicable diferenciador <b>Carlos Flores Till</b> ..... 15-16	Aportes metodológico-proyectuales para la gestión creativa a distancia <b>Héctor Eduardo Revilla Delgado</b> ..... 29-29
La devoción del diario impreso en Argentina entre 1993/2003. Análisis de la gráfica de los tres principales diarios de Buenos Aires <b>Noemí Galanternik</b> ..... 16-17	El diseño de la imagen televisiva de ficción argentina de los años 90, vinculado a las problemáticas de género, en tanto modelizadoras de prácticas y enunciados constitutivos del imaginario social <b>Julieta Sepich</b> ..... 29-31
La construcción de la imagen del portador de SIDA en Puerto Rico. Opinión pública y las campañas publicitarias: los carteles <b>Yarib Alexis Hernández Sánchez</b> ..... 17-18	Servicio educativo en el ámbito privado <b>Rubén Adolfo Tascón Bedoya</b> ..... 31-31
Imaginario sociales. Revalorización de la ciudad de Lima a través del estudio de las imágenes que fortalecen y desarrollan la identidad cultural <b>Carolina María Köster Luna</b> ..... 18-19	Ecodiseño: la Arquitectura verde como la expresión de identidad <b>César Mauricio Toala Veloz</b> ..... 31-32
La construcción de la identidad del diseñador de interiores como creador del entorno <b>Yael Kotliar</b> ..... 19-20	Manifestaciones de la cultura promovidas desde la iniciativa pública, el caso del Gobierno de la Ciudad <b>Marcela Verónica Zena</b> ..... 32-33
Los diseñadores de indumentaria porteños ante el proceso de globalización <b>María Eva Koziner</b> ..... 20-21	Signos visuales de las culturas indígenas de la zona sur y centroandina de Ecuador <b>Vanessa Alexandra Zúñiga Tinizaray</b> ..... 33-34
	<b>Publicaciones del CED&amp;C</b> ..... 35-36