

Escritos en la Facultad

Junio 2006 · Año 2 · Nº 16 · Centro de Estudios en Diseño y Comunicación

16

Trabajos Finales de Grado
Proyectos de Graduación
Facultad de Diseño y Comunicación
Actualización 2005

Diseño / Diseño Editorial
Diseño / Diseño Publicitario
Diseño de Imagen y Sonido
Diseño de Interiores
Diseño de Textil e Indumentaria
Licenciatura en Comunicación Audiovisual
Licenciatura en Publicidad
Licenciatura en Relaciones Públicas
Licenciatura en Turismo

Escritos en la Facultad

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

Director

Oscar Echevarría

Editora

Estela Pagani

Comité Editorial

Carlos Caram
Patricia Doria
Roxana Garbarini
Marcelo Ghio
Vanesa Hojemberg
Fabiola Knop
Cecilia Noriega
Daniel Wolf

Diseño

Constanza Togni
Francisca Simonetti

Web

Bárbara Echevarría

1º Edición.

Cantidad de ejemplares: 100

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
Marzo 2006.

Impresión: Imprenta Kurz.

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

Universidad de Palermo**Rector**

Ricardo Popovsky

Facultad de Diseño y Comunicación

Decano

Oscar Echevarría

Escuela de Diseño

Secretario Académico

Jorge Gaitto

Escuela de Comunicación

Secretario Académico

Jorge Surraco

Centro de Estudios en Diseño y Comunicación

Coordinadora

Estela Pagani

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

Escritos en la facultad es una publicación bimestral del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. La publicación reúne trabajos monográficos de los campos del Diseño y las comunicaciones aplicadas, producidos en el marco del dictado de las asignaturas y de las actividades de reflexión, difusión y extensión realizadas en el ámbito de la Educación Superior de Grado y Posgrado.

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

Escritos en la Facultad N° 16
Trabajos Finales de Grado
Proyectos de Graduación
Facultad de Diseño y Comunicación
Actualización 2005

Resumen / Trabajos Finales de Grado. Actualización 2005

El catálogo reúne los Trabajos Finales de Grado de la Facultad de Diseño y Comunicación en el período Diciembre 2004 - Marzo 2005. Los Trabajos Finales son el último requisito académico de las Carreras de Diseño de Imagen Empresaria, Diseño de Imagen y Sonido, Diseño de Indumentaria y Textil, Diseño de Interiores, Diseño de Packaging, Diseño Editorial, Diseño Publicitario, Licenciatura en Comunicación Audiovisual, Licenciatura en Publicidad y Licenciatura en Relaciones Públicas. Son trabajos de indagación conceptual y/o exploratorios con un fuerte compromiso empírico. Los proyectos realizan aportes teóricos a la disciplinas desde problemáticas propias y contextuales del Diseño y las comunicaciones aplicadas en los ámbitos de las empresas, las instituciones y los organismos. Los trabajos realizan una integración teórica, analítica, diagnóstica y propositiva de la realidad y su tendencias.

Palabras clave

Análisis - Comunicación - Comunicación Audiovisual - Diseño - Diseño de Imagen y Sonido - Diseño de Indumentaria y Textil - Diseño de Interiores - Diseño de Packaging - Diseño Editorial - Educación Superior - enseñanza - graduados - Imagen Empresaria - instrumentos - modelos - Publicidad - Relaciones Públicas - Trabajo final de grado.

Summary / Final Thesis Works. 2005 updating

This catalogue gathers the Final Thesis Works from the School of Design and Communication presented during the period December 2004-March 2005. These Final Thesis are the last academic requirement for the degree on Corporate Design; Sound & Image Design; Fashion Design; Interiors Design; Packaging Design; Editorial Design; Advertising Design, MA in Audiovisual Communication; MA in Advertising and MA in Public Relations. These pieces of work require conceptual and/or exploratory investigation together with a strong empirical commitment. The projects introduce theoretical contributions to the disciplines from the own and contextual design and communication issues as applied to business, institutions and organisms. They display a theoretical, analytic, diagnostic and propositional integration of reality and its tendencies.

Key Words

Advertising - Analysis - Audiovisual communication - Communication - Corporate Design - Design - Editorial - Fashion Design - Final Thesis Works - Graduateds - Instrument - Interiors Design - Models - Packaging Design - Public Relations - Sound & Image Design - Superior education - Teaching.

Resumo / Trabalhos Finais de Grau. Atualização 2005

O catálogo reúne os Trabalhos Finais de Grau da Faculdade de Design e Comunicação 2005. Os Trabalhos Finais são o último requisito acadêmico dos Cursos de Design de Imagem Empresária, Design Audiovisual, Design de Moda, Design de Interiores, Design de Packaging, Design Editorial, Design Publicitário, Licenciatura em Comunicação Audiovisual, Licenciatura em Publicidade e Licenciatura em Relações Públicas. São trabalhos de investigação de conceito e de exploração com um forte compromisso empírico. O projetos realizam contribuições teóricas às disciplinas desde problemáticas próprias e contextuais do design e as comunicações aplicadas nos âmbitos das empresas, as instituições e os organismos. Os trabalhos realizam uma integração teórica, analítica, diagnóstica e propositiva da realidade e suas tendências.

Palavras chave

Análises - comunicação - Comunicação - Comunicação Audiovisual - Design - Design de Imagem e som - Design de Interiores - Design de Moda - Design de Packaging - Editorial - Educação Superior - Ensino - Graduados - Imagem Empresária - instrumentos - modelos - Publicidade - Relações Públicas - Trabalho final de grau.

| | |
|--|-----------|
| Escritos en la Facultad N°16. Trabajos Finales de Grado. Proyectos de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación | |
| Actualización 2005..... | p. 4 |
| Guía por orden alfabético..... | pp. 5-9 |
| Índice por Carreras..... | pp. 10-12 |
| Índice por Líneas Temáticas..... | pp. 12-15 |
| Índice por Títulos..... | pp. 15-17 |

Escritos en la Facultad N° 16

Trabajos Finales de Grado

Proyectos de Graduación

Facultad de Diseño y Comunicación

Actualización 2005

El Proyecto de Graduación es un trabajo de integración con énfasis en la creatividad, producción proyectual o en la reflexión teórica, que permite al estudiante aprobar, como último requisito de su carrera de cuatro años, el Trabajo Final de Grado y así obtener el título respectivo.

El valor del Proyecto de Graduación radica en ser el último trabajo en el marco de la formación universitaria, es el cierre, la culminación, el enlace y al mismo tiempo la proyección del mismo como profesional.

El Proyecto de Graduación representa la construcción de un modelo que manifiesta la capacidad del estudiante de demostrar su madurez universitaria y su capacidad de insertarse en el campo laboral, esto se lee en una clara elaboración del proceso y de los resultados obtenidos así como en una organizada presentación con calidad académica. El Proyecto de Graduación habla de su autor, de sus capacidades de dedicación, de su madurez, del trayecto recorrido y también de cómo se ubica frente a su futuro profesional.

El estudiante del cuarto año tiene total responsabilidad sobre la elaboración de su Proyecto de Graduación, midiendo los tiempos, articulando sus ideas, madurando su recepción y vínculo con el entorno real e instalándose conscientemente en que se trata de su último trabajo académico y al mismo tiempo de su carta de presentación en su futuro profesional. El estudiante se sitúa en el constructor del puente que vincula el Proyecto de Graduación con la vida académica y profesional, de esta manera se establece como responsable de sus elecciones, de su proceso y de sus resultados.

En este sentido es un documento, que analizado por evaluadores (profesores, académicos y profesionales) testimonia el proceso del estudiante y expresa el estándar de calidad de la carrera y la Facultad en que el estudiante realizó su formación.

Líneas del Proyecto de Graduación o proceso conceptual

En el desarrollo de las carreras de Grado de la Facultad de Diseño y Comunicación las producciones creativas se acompañan de una intensa actividad de investigación proyectual. En este sentido, existe una matriz común en la elección de las líneas de desarrollo que se fundamenta en la interacción con el mundo real.

La sensibilidad del estudiante en el armado del Proyecto de Graduación demuestra cómo interpreta su propio tiempo, lee por anticipado el camino de la sociedad y de su marco profesional. Proyectar el futuro profesional en Diseño y Comunicación significa crear un producto final que se sustenta en la capacidad del proyecto de nacer en el presente y al mismo tiempo continuarse en el futuro.

El Proyecto de Graduación como producto académico

La plasmación del desarrollo del Proyecto de Graduación como producto académico sistemático y ordenado permite a

su autor expresar su madurez a través de la actitud crítica llevada a cabo en el desarrollo del mismo.

No se trata de un formalismo universitario, sino de la construcción del último producto académico de grado que manifiesta, representa y expresa a su autor como profesional universitario. Los Proyectos de Graduación expresan y testimonian la formación de los estudiantes, son la base del sostén y mejoramiento del prestigio alcanzado por la Facultad de Diseño y Comunicación desde su creación. La consolidación de los estándares académicos y su permanente superación son objetivos fundamentales en la formación de los estudiantes. En esta estrategia la Facultad trabaja desde el inicio de las carreras en proyectos curriculares de investigación, integración de conocimientos, actividades de extensión, asistencia académica, publicaciones, creación de concursos, desarrollo de vínculos internacionales e incorporación permanente de profesionales en las actividades pedagógicas.

Innovación

El presente catálogo reúne la actualización 2005 de todos los Trabajos Finales de Grado (Proyectos de Graduación) presentados y aprobados por los estudiantes de las carreras de grado de la Facultad de Diseño y Comunicación hasta el 31 de diciembre 2005.

Escritos en la Facultad N° 16 es una actualización anual (reúne la producción 2005) de la publicación 19 de la Serie Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación (Agosto 2005) que reunía la producción histórica de los Trabajos Finales de Grado de la Facultad desde su creación hasta el 31 de diciembre de 2004.

La presente publicación (Escritos en la Facultad 16) como la anterior (Cuadernos de Centro de Estudios 19) organizan la recopilación de los Proyectos de Graduación permitiendo el acceso a los mismos por índices de autor, título y línea temática.

Las Líneas Temáticas, son campos de análisis, propuestos por el Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, vinculados al conjunto de las carreras de la Facultad, que orientan la realización de los proyectos de creación, producción e investigación de grado y posgrado.

Las Líneas Temáticas organizan, articulan y dinamizan el intercambio de enfoques y experiencias, que permiten enriquecer el análisis, ofrecer alternativas a la natural fragmentación de las asignaturas y formular transferencias entre las diferentes disciplinas de los campos del diseño y la comunicación. Las Líneas son: 1. Empresas, 2. Marcas, 3. Medios, 4. Nuevos Profesionales, 5. Nuevas Tecnologías, 6. Producción de Objetos e Imágenes.

Cada Trabajo Final de Grado tiene un único número de identificación. Este número está secuenciado con la numeración histórica comenzada en el Cuaderno 19.

Escritos en la Facultad N° 16
Trabajos Finales de Grado
Proyectos de Graduación
Facultad de Diseño y Comunicación
Actualización 2005
Guía por orden alfabético

653. Albeniz, Marina (2005). **Diseño de Indumentaria y Textil: Taller de Especialización.**
Diseñadora de Textil e Indumentaria.
Línea: Marcas.
Palabras clave: Identidad étnica, mercado artesanal, regional, tejido, telar, mapuches.
646. Albuixech, Soledad (2004). **Eficacia en la comunicación de medios. “Un modelo a indagar”.**
Licenciada en Publicidad.
Línea: Medios.
Palabras clave: Comunicación, medios publicitarios, mercado, centrales de medios, planificación.
743. Andreotti, Bruno (2005). **Modalidades del Turismo Religioso. Análisis comparativo de dos centros de peregrinación: Aparecida (Brasil) y Luján (Argentina).**
Licenciado en Turismo.
Línea: Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.
Palabras clave: Peregrinos, Aparecida, Brasil, Luján, santuarios, cristianos, turismo cultural, sagrado, viajes.
700. Araujo, Valeria (2005). **Ética y Publicidad.**
Licenciada en Publicidad.
Línea: Medios.
Palabras clave: Ética, valores, impacto, avisos, gente, código, medidas, sanciones.
676. Barzola, María Verónica (2005). **El descrédito del libro en el ámbito universitario argentino.**
Licenciada en Relaciones Públicas.
Línea: Medios.
Palabras clave: Libro, lecto-escritura, cultura, educación, Universidad, pedagogía, televisión, tecnología.
655. Biagioli, María Eugenia (2005). **Los accesorios como portadores simbólicos.**
Diseñadora de Textil e Indumentaria.
Línea: Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.
Palabras clave: Moda, accesorios, simbólico, cuerpo, imagen, significado, época, salud.
712. Biondo, Daniela (2005). **La publicidad en época de crisis.**
Diseñadora Publicitaria.
Línea: Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.
Palabras clave: Análisis, crisis, transformación, avisos, agencias, gente, real.
746. Buchetti, Adriana L. (2003). **Organización de circuitos turísticos en el ferrocarril. El tren histórico a vapor de Capilla del Señor.**
Licenciada en Turismo.
Línea: Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.
- Palabras clave: Sistema turístico, ferrocarriles, trenes, turismo cultural, Ferroclub Argentino.
667. Cáccamo, Cecilia Mariana (2005). **¡Alto! La moda nos llama. La seducción en la mujer en los avisos de gráfica.**
Licenciada en Publicidad.
Línea: Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.
Palabras clave: Femenino, seducción, discriminación, bulimia, anorexia, aceptación, cuerpo.
710. Caratini, Ana (2005). **Licencias infantiles en Argentina.**
Licenciada en Publicidad.
Línea: Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.
Palabras clave: Niños, estímulos, consumo, efectividad, asociaciones estratégicas, rubros.
643. Carlomagno, Lucía (2004). **Prevenir es comunicar.**
Licenciada en Relaciones Públicas.
Línea: Nuevos Profesionales.
Palabras clave: Prevención, comunicación, crisis, orientación.
698. Casco, Joaquín Tomas (2005). **Me importa un rating.**
Licenciado en Publicidad.
Línea: Nuevas Tecnologías.
Palabras clave: Formatos, TV, comportamiento, prime time, televidente, pauta, ideal.
706. Castagnino, María Itatí (2005). **Plan de Marketing “Fashionmakers”.**
Diseñadora de Textil e Indumentaria.
Línea: Marcas.
Palabras clave: Marketing, indumentaria, mujer, target, plaza, consumidor.
669. Cigliutti, Mariela (2005). **Desarrollo de Marca: Aventureira Da Praia.**
Diseñadora de Textil e Indumentaria.
Línea: Marcas.
Palabras clave: Ubicación, concepto, color, colección, marca.
697. Corres, Joaquín (2005). **La televisión de exportación.**
Licenciado en Comunicación Audiovisual.
Línea: Medios.
Palabras clave: Departamento de distribución comercial, programación, telenovelas, venta, distribuidoras, capítulos, exterior.
645. D’Amario, Diana Carolina (2004). **La percepción visual en el diseño del paisaje.**
Diseñadora de Interiores.
Línea: Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.
Palabras clave: Diseño, paisaje, espacios, señales visuales, estructuras.

690. Dahum Chong, Florencia (2005). **Tendencias de la moda en épocas de crisis.**
Diseñadora de Textil e Indumentaria.
Línea: Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.
Palabras clave: Depresión, crisis, mujer, Segunda Guerra Mundial, moda, cosméticos, medios, outlet.
642. Dapcich, Ivanna (2005). **Comunicación cultural.**
Licenciada en Relaciones Públicas.
Línea: Nuevos Profesionales.
Palabras clave: Artes plásticas, seres humanos, comunicación, identidad.
687. Díaz, Marina S. (2005). **La publicidad es sorda.**
Licenciada en Publicidad.
Línea: Medios.
Palabras clave: Comunicación, posibilidades, estrategia, agencias, discapacidad, discriminación, sordos.
694. Díaz O'Kelly, Ángeles (2005). **Cambios y tendencias en la moda argentina.**
Diseñadora de Textil e Indumentaria.
Línea: Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.
Palabras clave: Tendencias, moda, crisis, diseño, textil, industria, identidad.
635. Doncel Jones, Ignacio Santos (2005). **Las Relaciones Públicas en la Industria Automotriz argentina.**
Licenciado en Relaciones Públicas.
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones.
Palabras clave: Estrategias corporativas, Ford, Volkswagen, Subaru, industria automotriz, liderazgo.
636. Feldman, Sebastián (2002). **¿La imagen no es nada?**
Esclavos de las marcas. Licenciado en Relaciones Públicas.
Línea: Marcas.
Palabras clave: Empresas, lealtad, imagen, campaña, globalización.
664. Fernández, María Beatriz (2005). **El poder movilizador de las marcas.**
Licenciada en Relaciones Públicas.
Línea: Marcas.
Palabras clave: Marca, imagen, productos, moda, comunicación, consumidor.
745. Ficarelli Calabresi, Fabia (2003). **Informe final sobre la pasantía en la empresa P.U.B.**
Licenciada en Turismo.
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones.
Palabras clave: Pousadas Unidas de Búzios, Brasil, oferta hotelera, central de reservas, diagnóstico de fallas, mejoras.
668. Fiorenza, Juan Pablo (2005). **El negocio central: Las centrales de medios y un nuevo paradigma en la industria publicitaria argentina.**
Licenciado en Publicidad.
Línea: Medios.
Palabras clave: Clarificar, mundo publicitario, moda, centrales de medios, core business.
705. Gago, Andrea Victoria (2003). **Lineamientos para el desarrollo turístico de la Ruta Nacional N° 14, Misiones Argentina.**
Licenciada en Turismo.
Línea: Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.
Palabras clave: Turismo, rutas, Provincia, recorrido, tránsito, accidentes.
641. Gaitto, Manuela (2004). **Seguimiento de prensa digitalizado "Digital Press".**
Licenciada en Relaciones Públicas.
Línea: Nuevas Tecnologías.
Palabras clave: Internet, comunicación, tecnología, información.
680. Gandolfo, María Alejandra (2005). **Loft. Revalorización de un espacio.**
Diseñadora de Interiores.
Línea: Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.
Palabras clave: Loft, tipología, vivienda, usuarios, espacio, diseño.
644. García Sierra, Guillermina (2004). **Hotelería Argentina, una industria sin chimeneas.**
Diseñadora de Interiores.
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones.
Palabras clave: Hoteles, categoría, crecimiento, inversiones, oferta, demanda.
661. Geirola, Georgina Maricel (2005). **Relaciones Públicas en salud.**
Licenciada en Relaciones Públicas.
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones.
Palabras clave: Comunidad, interacción, herramientas, comunicación, ámbito, organizaciones.
702. Gilardi, María Carolina (2005). **PNT en TV: No es una moda pasajera... Llegaron para quedarse.**
Licenciada en Publicidad.
Línea: Nuevas Tecnologías.
Palabras clave: Publicidad no tradicional, moda, empresas, agencias, innovación, transgresión, productos.
679. Gómez, María Mercedes (2005). **El auge de la vitivinicultura en el mercado argentino.**
Licenciada en Relaciones Públicas.
Línea: Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.
Palabras clave: Vino, comunicación, campaña, gastronomía, moda, arte, pasión, vitivinicultura.
658. Graciano, Néstor G. (2005). **¿Es la publicidad de alimentos culpable de la obesidad en la infancia?**
Licenciado en Publicidad.
Línea: Medios.
Palabras clave: Niños, hábitos, publicidad, consumidores, receptor, mensaje, televisión, familia, sociedad.
666. Groppa, Gabriela (2005). **"Regla de 4" cuando el deseo es inversamente proporcional a la suerte.**
Licenciada en Comunicación Audiovisual.
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones.
Palabras clave: Serie, televisión, comedia, proyecto, sueños, desempleo.

691. Guzmán, Ignacio L. (2005). **“El sol de La Rioja” Aceitunas verdes en salmuera.**
Licenciado en Publicidad.
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones.
Palabras clave: Olivo, plantación, producción, comercialización, productos, mercado.
677. Guzmán Cerisola, Ricardo (2005). **Marketing político, medios y la influencia en los resultados electorales.**
Licenciado en Publicidad.
Línea: Medios.
Palabras clave: Partidos, política, crisis, medios de comunicación, presidencial, elecciones.
671. Hentschel, Cynthia (2005). **La influencia de la globalización en las agencias de publicidad.**
Licenciada en Publicidad.
Línea: Medios.
Palabras clave: Globalización, publicidad, agencia, estrategia, consumidor, productos, empresas.
673. Kanof, Pablo Martín (2005). **Viabilidad teórica y comercial para la materialización del programa infantil AlgarVenturas.**
Diseñador de Imagen y Sonido.
Línea: Marcas.
Palabras clave: Niños, información, psicología, Gestalt, interactividad, dirección de arte.
696. Kopyto, Elizabeth (2005). **La imagen de un canal de TV cerrada.**
Licenciada en Publicidad.
Línea: Medios.
Palabras clave: Televisión paga, mercado, marcas, branding, Cosmopolitan televisión, imagen.
695. Labaké Rebolledo, María Angélica (2005). **Moda y posición social argentina durante la última década.**
Diseñadora de Textil e Indumentaria.
Línea: Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.
Palabras clave: Clase, tribu, familia, status, indumentaria, mujer, diferencias.
675. Lorenzo, Cecilia (2005). **La publicidad del perfume.**
Licenciada en Publicidad.
Línea: Medios.
Palabras clave: Perfume, sensación, olfato, moda, naturaleza, fragancia, comunicación, industria.
648. Lucci, Andrea Paula (2004). **Construyendo imágenes.**
Licenciada en Relaciones Públicas.
Línea: Medios.
Palabras clave: Partidos políticos, imagen, candidatos, ciudadanos, globalización.
692. Lutzman, Carlos (2005). **El silencio bancario, una gran estafa.**
Licenciado en Relaciones Públicas.
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones.
Palabras clave: Crisis, política, ciudadanos, pobreza, huelga, orden social, arreglo.
722. Majdalani, María Guadalupe (2004). **Formato restobar. Presentación y aceptación en la Argentina.**
Magister en Diseño.
Línea: Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.
Palabras clave: Nutrición, innovación, protocolo, personal, comensal, tendencia, comportamientos sociales.
715. Maldován, María Celeste (2005). **Modelo de planificación de la comunicación. Caso: Callejeros / Cromagnon.**
Licenciada en Relaciones Públicas.
Línea: Medios.
Palabras clave: Cromagnon, incendio, Callejeros, rock, opinión pública.
693. Malianni, Ivana Raquel (2005). **Supermercado Sur, una PyME en expansión.**
Licenciada en Relaciones Públicas.
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones.
Palabras clave: Supermercado, PyMEs, comunidad, vínculos, empleados, organigrama, identidad.
683. Manassa, Nicolás (2005). **El benchmarking y el outsourcing.**
Licenciado en Publicidad.
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones.
Palabras clave: Globalización, mercados, innovación, benchmarking, outsourcing, core business, agencias.
670. Mancastroppa, Verónica (2005). **Fitcode: Consultora integral en fitness & wellness.**
Licenciada en Publicidad.
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones.
Palabras clave: Fitness, comunicación, mercado, management, creatividad, cambio, wellness.
652. Manoukian, Paula Marina (2005). **Servicio Interno: Satisfacer primero al cliente interno.**
Licenciada en Relaciones Públicas.
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones.
Palabras clave: Servicio interno, cliente, comercio, administración, gerencia.
637. Martínez Notte, Alejandro (2005). **La prensa regional.**
Licenciado en Relaciones Públicas.
Línea: Medios.
Palabras clave: Medio gráfico, social, San Martín, prensa, situaciones.
672. Maskin, Natalia (2005). **La integración del arte con la publicidad.**
Licenciada en Publicidad.
Línea: Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.
Palabras clave: Arte, semiótica, signos, símbolos, imaginario colectivo, lingüística.
711. Mauri, Sebastián E. (2005). **La guerra secreta por la segmentación del mercado cervecero.**
Licenciado en Publicidad.
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones.
Palabras clave: Cerveza, mercado, consumo, imagen, marcas, sector, segmento.

681. Mosiejko, Jessica Maya (2005). **Repsol YPF: Un gigante responsable.**
Licenciada en Relaciones Públicas.
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones.
Palabras clave: Empresas, Repsol YPF, responsabilidad social, comunicación, ecología, medio ambiente.
688. Nóbilo, Claudia Patricia (2005). **Plan de comunicación interna. Diario La Nación.**
Licenciada en Relaciones Públicas.
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones.
Palabras clave: Liderazgo, tradicional, misión, visión, valores.
651. Nocker, Verónica (2004). **Marca País: Posicionamiento de la marca argentina en el mercado chino.**
Licenciada en Relaciones Públicas.
Línea: Marcas.
Palabras clave: Marca país, China, gestión, economía, compañías, comercial.
639. Oliva, Noelia Inés (2004). **Esperanza en 35 mm. La iluminación de un cortometraje.**
Licenciada en Comunicación Audiovisual.
Línea: Nuevos Profesionales.
Palabras clave: Fotografía, anonimato, iluminación, dirección, imagen, DF.
714. Olivero, María José (2005). **My memories.**
Diseñadora de Textil e Indumentaria.
Línea: Marcas.
Palabras clave: Exclusiva, romántico, casual, colección, consumidora, complementos.
663. Papasergio, María Eugenia (2005). **Historia de la comunicación política y su incidencia en la actualidad.**
Licenciada en Relaciones Públicas.
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones.
Palabras clave: Política, comunicación, publicidad, campañas, televisión, fórmula, partidos, elecciones.
665. Paur, Laura (2004). **Telemarketing: Nueva herramienta para el desarrollo de CRM empresarial.**
Licenciada en Relaciones Públicas.
Línea: Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.
Palabras clave: Telemarketing, customer relationship management, estrategia, comunicación, clientes, empresas.
708. Pedevilla, Albano Andrés (2005). **“Hábitos de consumo posterisis”. Situación política, social y económica.**
Licenciado en Publicidad.
Línea: Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.
Palabras clave: Crisis, corralito, devaluación, clases sociales, cambios, consumidores, empresas.
699. Piccone, Julieta (2005). **La Hotelería en el fin del Mundo.**
Diseñadora de Interiores.
Línea: Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.
Palabras clave: Austral, concepto, actividad, imágenes, proyectos, demanda, mercado.
649. Politano, Marcelo Ariel (2004). **Making off de un asistente de dirección.**
Licenciado en Comunicación Audiovisual.
Línea: Nuevos Profesionales.
Palabras clave: AD, publicidad, comunicación, agencias, creativo, mensaje, empresas.
638. Postolov, Laura Amparo (2002). **Consumidores 2000. Cambios en el comportamiento del consumidor en época de crisis.**
Licenciada en Publicidad.
Línea: Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.
Palabras clave: Cosmética, crisis, devaluación, mujeres, belleza, consumidor.
657. Puigcerver, Lucas (2005). **El creativo: Un inconsciente constructor social.**
Licenciado en Publicidad.
Línea: Medios.
Palabras clave: Publicidad, realidad, pensamiento, perfiles, consecuencia, producto-servicio.
678. Repetti, Daiana Andrea (2005). **Florentino Ameghino. Un mundo por descubrir, un placer que compartir, un sueño para vivir...**
Licenciada en Relaciones Públicas.
Línea: Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.
Palabras clave: Partido, programa, comunicación, datos, territorio, municipalidades.
709. Rodríguez Battini, Diego (2005). **Frenesí 05, la producción de un cortometraje.**
Licenciado en Imagen y Sonido.
Línea: Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.
Palabras clave: Obra, audiovisual, edición, postproducción, ritmo, propuestas, expresión.
689. Romera, María Dolores (2005). **El diseño gráfico en la educación a distancia.**
Diseñadora Editorial.
Línea: Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.
Palabras clave: Enseñanza, aprendizaje, material didáctico, material impreso.
656. Ruberttone, Flavia (2005). **Lencería y corsetería de entreguerras 1919 a 1939.**
Diseñadora de Textil e Indumentaria.
Línea: Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.
Palabras clave: Cuerpo femenino, esquema corporal, psicología, vestimenta, mujer, moda.
684. Rusinek, Gabriela (2005). **La importancia de la imagen corporativa.**
Licenciada en Publicidad.
Línea: Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.
Palabras clave: Cambio, análisis, percepción, medio empresarial, organización, imagen, poder.
654. Sansone, Carlos (2005). **Sobreinformación, saturación y la respuesta del creativo.**
Licenciado en Publicidad.
Línea: Medios.
Palabras clave: Sobreinformación, fenómeno, medios, revistas, creatividad, receptor.

747. Santangelo, Verena M. (2004). **Cómo romper con la estacionalidad turística en el “Cariló Village Apart Hotel”**. Licenciada en Turismo.
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones.
Palabras clave: Demanda turística, Partido de Pinamar, evolución, mercado, promoción, fidelización.
707. Sapag, María Laura (2003). **Turismo paleontológico en Neuquén, la ruta del dinosaurio**. Licenciada en Turismo.
Línea: Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.
Palabras clave: Dinosaurios, fósiles, excavaciones, desarrollo, historia, evolución.
647. Shen Chao, Chieh (2004). **¿A conquistar Oriente!** Licenciado en Publicidad.
Línea: Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.
Palabras clave: Inserción laboral, China, oriente, cultura, mercado publicitario.
660. Shin, Alejandro (2005). **Publicidad política: Del protagonista a la actuación de reparto**. Licenciado en Publicidad.
Línea: Medios.
Palabras clave: Comunicación, política, candidato, publicidad, propaganda, marketing.
682. Stöltzing, Federico (2005). **La creatividad en tiempos de crisis**. Licenciado en Publicidad.
Línea: Medios.
Palabras clave: Crisis, soluciones, campañas, publicidad, creativos, consecuencias, presupuesto.
748. Symanowicz, Alejandro Roberto (2004). **Turismo en la tercera edad**. Licenciado en Turismo.
Línea: Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.
Palabras clave: Demanda, calidad, proyecciones futuras, mercado, cualidades, necesidades.
704. Szeps, Violeta (2005). **Extremo Sur. Diseño y desarrollo de una marca en Argentina**. Diseñadora de Textil e Indumentaria.
Línea: Marcas.
Palabras clave: Glaciar Perito Moreno, identidad, comunicación, lanzamiento, catálogo, accesorios, web.
659. Tesón, Dino Julio (2005). **“Escalera a la Plata” La publicidad y el mercado discográfico**. Licenciado en Publicidad.
Línea: Medios.
Palabras clave: Artistas, conceptos, producto, ventas, medio discográfico, productores, música.
703. Tortello, Carla (2005). **Venta domiciliaria “Exclusivo para mujeres”**. Licenciada en Publicidad.
Línea: Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.
Palabras clave: Consumo, comportamiento, consumidor, vendedor, motivación, incentiviación, metas, evaluaciones.
744. Traituros, Analía Melina (2005). **Estrategia de marketing de servicios de ORGANFUR S.A. Dirigida a empresas de Turismo**. Licenciada en Turismo.
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones.
Palabras clave: Cruceros, demanda, pasajeros, competencia, agencia de viajes, calidad.
640. Tuffano, Valentín (2003). **Comunicación en default. Los bancos sumidos en silencio**. Licenciado en Publicidad.
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones.
Palabras clave: Crisis, financiero, bancos, modelo económico, seguridad, imagen.
701. Ugarte, Julieta (2005). **El proceso de emprender, de la incubadora a El Horno**. Licenciada en Publicidad.
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones.
Palabras clave: Incubadora, microemprendedores, El Horno, estudio, nicho, mercado, independiente.
650. Vedronik, Natalia (2004). **Filantropía Corporativa: ¿Una estrategia comunicacional o un fin comercial?** Licenciada en Relaciones Públicas.
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones.
Palabras clave: Tercer sector, Estado, social, comunidad, estrategia, solidaridad, compañía.
674. Ventresca, Sabrina (2005). **El homo pos-devaluación. Una nueva especie de consumidor**. Licenciada en Publicidad.
Línea: Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.
Palabras clave: Crisis, familia, comportamiento, empresas, cambio, escenario, consumo, marcas.
713. Yáñez Martini, Lorena (2005). **Libros infantiles, el diseño de libros-objeto para niños de 6 a 18 meses**. Diseñadora Editorial.
Línea: Medios.
Palabras clave: Psicopedagógicos, neuropsicobiológicos, mimos, ilustración, libro-objeto.
662. Zazulie, Bettina (2005). **Método seis sigma: El ADN de los intangibles para las PyMEs**. Licenciada en Relaciones Públicas.
Línea: Nuevas tecnologías.
Palabras clave: Motivación, productividad, organización, moda, PyMEs, beneficios, RRHH.

Escritos en la Facultad N° 16
Trabajos Finales de Grado
Proyectos de Graduación
Facultad de Diseño y Comunicación
Actualización 2005
Índice por Carreras.

Diseño / Diseño Editorial

689. Romera, María Dolores (DED). **El diseño gráfico en la educación a distancia**.....p. 8
713. Yáñez Martini, Lorena (DED). **Libros infantiles, el diseño de libros-objeto para niños de 6 a 18 meses**.....p. 9

Diseño / Diseño Publicitario

712. Biondo, Daniela (DPUB). **La publicidad en época de crisis**.....p. 5

Diseño de Imagen y Sonido

673. Kanof, Pablo Martín (DS). **Viabilidad teórica y comercial para la materialización del programa infantil AlgarVenturas**.....p. 7
709. Rodríguez Battini, Diego (DS). **Frenesí 05, la producción de un cortometraje**.....p. 8

Diseño de Interiores

645. D'Amario, Diana Carolina (DT). **La percepción visual en el diseño del paisaje**.....p. 5
680. Gandolfo, María Alejandra (DT). **Loft. Revalorización de un espacio**.....p. 6
644. García Sierra, Guillermina (DT). **Hotelería Argentina, una industria sin chimeneas**.....p. 6
699. Piccone, Julieta (DT). **La Hotelería en el fin del Mundo**.....p. 8

Diseño de Textil e Indumentaria

653. Albéniz, Marina (DM). **Diseño de Indumentaria y Textil: Taller de Especialización**.....p. 5
655. Biagioli, María Eugenia (DM). **Los accesorios como portadores simbólicos**.....p. 5
706. Castagnino, María Itatí (DM). **Plan de Marketing "Fashionmakers"**.....p. 5

669. Cigliutti, Mariela (DM). **Desarrollo de Marca: Aventureira Da Praia**.....p. 5
690. Dahum Chong, Florencia (DM). **Tendencias de la moda en épocas de crisis**.....p. 6
694. Díaz O'Kelly, Ángeles (DM). **Cambios y tendencias en la moda argentina**.....p. 6

695. Labaké Rebolledo, María Angélica (DM). **Moda y posición social argentina durante la última década**.....p. 7
714. Olivero, María José (DM). **My memories**.....p. 8

656. Ruberttone, Flavia (DM). **Lencería y corsetería de entreguerras 1919 a 1939**.....p. 8
704. Szeps, Violeta (DM). **Extremo Sur. Diseño y desarrollo de una marca en Argentina**.....p. 9

Licenciatura en Comunicación Audiovisual

697. Corres, Joaquín (CA). **La televisión de exportación**.....p. 5
666. Groppa, Gabriela (CA). **"Regla de 4" cuando el deseo es inversamente proporcional a la suerte**.....p. 6
639. Oliva, Noelia Inés (CA). **Esperanza en 35 mm. La iluminación de un cortometraje**.....p. 8
649. Politano, Marcelo Ariel (CA). **Making off de un asistente de dirección**.....p. 8

Licenciatura en Publicidad

646. Albuixech, Soledad (LP). **Eficacia en la comunicación de medios. "Un modelo a indagar"**.....p. 5
700. Araujo, Valeria (LP). **Ética y Publicidad**.....p. 5
685. Bigioli, Guido (LP). **El tiempo, valor de la publicidad adolescente**.....p. 5
667. Cáccamo, Cecilia Mariana (LP). **¡Alto! La moda nos llama. La seducción en la mujer en los avisos de gráfica**.....p. 5

| | | |
|--|---|--|
| 710. Caratini, Ana (LP). Licencias infantiles en Argentinap. 5 | 654. Sansone, Carlos (LP). Sobreinformación, saturación y la respuesta del creativop. 8 | |
| 698. Casco, Joaquín Tomas (LP). Me importa un ratingp. 5 | 647. Shen Chao, Chieh (LP). ¡A conquistar Oriente!p. 9 | |
| 687. Díaz, Marina S. (LP). La publicidad es sordap. 6 | 660. Shin, Alejandro (LP). Publicidad política: Del protagonista a la actuación de repartop. 9 | |
| 668. Fiorenza, Juan Pablo (LP). El negocio central: Las centrales de medios y un nuevo paradigma en la industria publicitaria argentinap. 6 | 682. Stöltzing, Federico (LP). La creatividad en tiempos de crisisp. 9 | |
| 702. Gilardi, María Carolina (LP). PNT en TV: No es una moda pasajera... Llegaron para quedarsep. 6 | 659. Tesón, Dino Julio (LP). “Escalera a la Plata” La publicidad y el mercado discográficop. 9 | |
| 658. Graciano, Néstor G. (LP). ¿Es la publicidad de alimentos culpable de la obesidad en la infancia?p. 6 | 703. Tortello, Carla (LP). Venta domiciliaria “Exclusivo para mujeres”p. 9 | |
| 691. Guzmán, Ignacio L. (LP). “El sol de La Rioja” Aceitunas verdes en salmuerap. 7 | 640. Tuffano, Valentín (LP). Comunicación en default. Los bancos sumidos en silenciop. 9 | |
| 677. Guzmán Cerisola, Ricardo (LP). Marketing político, medios y la influencia en los resultados electoralesp. 7 | 701. Ugarte, Julieta (LP). El proceso de emprender, de la incubadora a El Hornop. 9 | |
| 671. Hentschel, Cynthia (LP). La influencia de la globalización en las agencias de publicidadp. 7 | 674. Ventresca, Sabrina (LP). El homo pos-devaluación. Una nueva especie de consumidorp. 9 | |
| 696. Kopyto, Elizabeth (LP). La imagen de un canal de TV cerradap. 7 | Licenciatura en Relaciones Públicas | |
| 675. Lorenzo, Cecilia (LP). La publicidad del perfumep. 7 | 676. Barzola, María Verónica (LR). El descrédito del libro en el ámbito universitario argentinop. 5 | |
| 683. Manassa, Nicolás (LP). El benchmarking y el outsourcingp. 7 | 643. Carlomagno, Lucía (LR). Prevenir es comunicarp. 5 | |
| 670. Mancastroppa, Verónica (LP). Fitcode: Consultora integral en fitness & wellnessp. 7 | 642. Dapcich, Ivanna (LR). Comunicación culturalp. 6 | |
| 672. Maskin, Natalia (LP). La integración del arte con la publicidadp. 7 | 635. Doncel Jones, Ignacio Santos (LR). Las Relaciones Públicas en la Industria Automotriz argentinap. 6 | |
| 711. Mauri, Sebastián E. (LP). La guerra secreta por la segmentación del mercado cervicerop. 7 | 636. Feldman, Sebastián (LR). ¿La imagen no es nada? Esclavos de las marcasp. 6 | |
| 708. Pedevilla, Albano Andrés (LP). “Hábitos de consumo posterisis” Situación política, social y económicap. 8 | 664. Fernández, María Beatriz (2005). El poder movilizador de las marcasp. 6 | |
| 638. Postolov, Laura Amparo (LP). Consumidores 2000. Cambios en el comportamiento del consumidor en época de crisisp. 8 | 641. Gaitto, Manuela (LR). Seguimiento de prensa digitalizado “Digital Press”p. 6 | |
| 657. Puigcerver, Lucas (LP). El creativo: Un inconsciente constructor socialp. 8 | 679. Gómez, María Mercedes (LR). El auge de la vitivinicultura en el mercado argentinop. 6 | |
| 684. Rusinek, Gabriela (LP). La importancia de la imagen corporativap. 8 | 661. Geirola, Georgina Maricel (LR). Relaciones Públicas en saludp. 6 | |
| | 648. Lucci, Andrea Paula (LR). Construyendo imágenesp. 7 | |
| | 692. Lutzman, Carlos (LR). El silencio bancario, una gran estafap. 7 | |

| | |
|--|------|
| 715. Maldován, María Celeste (LR). Modelo de planificación de la comunicación. Caso: Callejeros / Cromagnon | p. 7 |
| 693. Malianni, Ivana Raquel (LR). Supermercado Sur, una PyME en expansión | p. 7 |
| 652. Manoukian, Paula Marina (LR). Servicio Interno: Satisfacer primero al cliente interno | p. 7 |
| 637. Martínez Notte, Alejandro (LR). La prensa regional | p. 7 |
| 681. Mosiejko, Jessica Maya (LR). Repsol YPF: Un gigante responsable | p. 8 |
| 688. Nobile, Claudia Patricia (LR). Plan de comunicación interna. Diario La Nación | p. 8 |
| 651. Nocker, Verónica (LR). Marca País: Posicionamiento de la marca argentina en el mercado chino | p. 8 |
| 663. Papasergio, María Eugenia (LR). Historia de la comunicación política y su incidencia en la actualidad | p. 8 |
| 665. Paur, Laura (LR). Telemarketing: Nueva herramienta para el desarrollo de CRM empresarial | p. 8 |
| 678. Repetti, Daiana Andrea (LR). Florentino Ameghino. Un mundo por descubrir, un placer que compartir, un sueño para vivir | p. 8 |
| 650. Vedronik, Natalia (LR). Filantropía Corporativa: ¿Una estrategia comunicacional o un fin comercial? | p. 9 |
| 662. Zazulie, Bettina (LR). Método seis sigma: El ADN de los intangibles para las PyMEs | p. 9 |

Licenciatura en Turismo

| | |
|--|------|
| 743. Andreotti, Bruno (TT). Modalidades del Turismo Religioso. Análisis comparativo de dos centros de peregrinación: Aparecida (Brasil) y Luján (Argentina) | p. 5 |
| 746. Buchetti, Adriana L. (TT). Organización de circuitos turísticos en el ferrocarril. El tren histórico a vapor de Capilla del Señor | p. 5 |
| 745. Ficarelli Calabresi, Fabia (TT). Informe final sobre la pasantía en la empresa P.U.B. | p. 6 |
| 705. Gago, Andrea Victoria (TT). Lineamientos para el desarrollo turístico de la Ruta Nacional N° 14, Misiones Argentina | p. 6 |
| 747. Santangelo, Verena M. (TT). Cómo romper con la estacionalidad turística en el “Cariló Village Apart Hotel” | p. 9 |
| 707. Sapag, María Laura (TT). Turismo paleontológico en Neuquén, la ruta del dinosaurio | p. 9 |
| 748. Symanowicz, Alejandro Roberto (TT). Turismo en la tercera edad | p. 9 |
| 744. Traituros, Analía Melina (TT). Estrategia de marketing de servicios de Organfur S.A. Dirigida a empresas de Turismo | p. 9 |

Maestría en Diseño

| | |
|---|-----|
| 722. Majdalani, María Guadalupe (MZ). Formato resto-bar. Presentación y aceptación en la Argentina | p.7 |
|---|-----|

Escritos en la Facultad N° 16 Trabajos Finales de Grado Proyectos de Graduación Facultad de Diseño y Comunicación Actualización 2005 Índice por Líneas Temáticas.

Empresas / Organizaciones / Instituciones

| | |
|--|------|
| 747. Cómo romper con la estacionalidad turística en el “Cariló Village Apart Hotel”. Santangelo, Verena M..... | p. 9 |
| 640. Comunicación en default. Los bancos sumidos en silencio. Tuffano, Valentín..... | p. 9 |

| | |
|--|------|
| 683. El benchmarking y el outsourcing. Manassa, Nicolás..... | p. 7 |
| 701. El proceso de emprender, de la incubadora a El Horno. Ugarte, Julieta..... | p. 9 |
| 692. El silencio bancario, una gran estafa. Luztman, Carlos..... | p. 7 |

| | |
|---|---|
| 691. “El sol de La Rioja” Aceitunas verdes en salmuera. Guzmán, Ignacio L.....p. 7 | 704. Extremo Sur. Diseño y desarrollo de una marca en Argentina. Szeps, Violeta.....p. 9 |
| 744. Estrategia de marketing de servicios de Organfur S.A. Dirigida a empresas de Turismo. Traiuros, Analía Melina.....p. 9 | 636. ¿La imagen no es nada? Esclavos de las marcas. Feldman, Sebastián.....p. 6 |
| 650. Filantropía Corporativa: ¿Una estrategia comunicacional o un fin comercial? Vedronik, Natalia.....p. 9 | 651. Marca País: Posicionamiento de la marca argentina en el mercado chino. Nocker, Verónica.....p. 8 |
| 670. Fitcode: Consultora integral en fitness & wellness. Mancastroppa, Verónica.....p. 7 | 714. My memories. Olivero, María José.....p. 8 |
| 663. Historia de la comunicación política y su incidencia en la actualidad. Papasergio, María Eugenia.....p. 8 | 706. Plan de Marketing “Fashionmakers”. Castagnino, María Itatí.....p. 5 |
| 644. Hotelería Argentina, una industria sin chimeneas. García Sierra, Guillermina.....p. 6 | 673. Viabilidad teórica y comercial para la materialización del programa infantil AlgarVenturas. Kanof, Pablo Martín.....p. 7 |
| 745. Informe final sobre la pasantía en la empresa P.U.B. Ficarelli Calabresi, Fabia.....p. 6 | Medios |
| 711. La guerra secreta por la segmentación del mercado cervecero. Mauri, Sebastián E.....p. 7 | 648. Construyendo imágenes. Lucci, Andrea Paula.....p. 7 |
| 635. Las Relaciones Públicas en la Industria Automotriz argentina. Doncel Jones, Ignacio Santos.....p. 6 | 646. Eficacia en la comunicación de medios. “Un modelo a indagar”. Albuixech, Soledad.....p. 5 |
| 688. Plan de comunicación interna. Diario La Nación. Nóbilo, Claudia Patricia.....p. 8 | 657. El creativo: Un inconsciente constructor social. Puigserver, Lucas.....p. 8 |
| 666. “Regla de 4” cuando el deseo es inversamente proporcional a la suerte. Groppa, Gabriela.....p. 6 | 676. El descrédito del libro en el ámbito universitario argentino. Barzola, María Verónica.....p. 5 |
| 661. Relaciones Públicas en salud. Geirola, Georgina Maricel.....p. 6 | 668. El negocio central: Las centrales de medios y un nuevo paradigma en la industria publicitaria argentina. Fiorenza, Juan Pablo.....p. 6 |
| 681. Repsol YPF: Un gigante responsable. Mosiejko, Jessica Maya.....p. 8 | 685. El tiempo, valor de la publicidad adolescente. Bigioli, Guido.....p. 5 |
| 652. Servicio Interno: Satisfacer primero al cliente interno. Manoukian, Paula Marina.....p. 7 | 658. ¿Es la publicidad de alimentos culpable de la obesidad en la infancia?. Graciano, Néstor G.....p. 6 |
| 693. Supermercado Sur, una PyME en expansión. Malianni, Ivana Raquel.....p. 7 | 659. “Escalera a la Plata” La publicidad y el mercado discográfico. Tesón, Dino Julio.....p. 9 |
| Marcas | 700. Ética y Publicidad. Araujo, Valeria.....p. 5 |
| 669. Desarrollo de Marca: Aventureira Da Praia. Cigliutti, Mariela.....p. 5 | 682. La creatividad en tiempos de crisis. Stöltzing, Federico.....p. 9 |
| 653. Diseño de Indumentaria y Textil: Taller de Especialización. Albeniz, Marina.....p. 5 | 696. La imagen de un canal de TV cerrada. Kopyto, Elizabeth.....p. 7 |
| 664. El poder movilizador de las marcas. Fernández, María Beatriz.....p. 6 | 671. La influencia de la globalización en las agencias de publicidad. Hentschel, Cynthia.....p. 7 |
| | 637. La prensa regional. Martínez Notte, Alejandro.....p. 7 |
| | 675. La publicidad del perfume. Lorenzo, Cecilia.....p. 7 |

| | |
|--|--|
| 687. La publicidad es sorda. Díaz, Marina S.....p. 6 | 638. Consumidores 2000. Cambios en el comportamiento del consumidor en época de crisis. Postolov, Laura Amparo.....p. 8 |
| 697. La televisión de exportación. Corres, Joaquín.....p. 5 | 679. El auge de la vitivinicultura en el mercado argentino. Gómez, María Mercedes.....p. 6 |
| 713. Libros infantiles, el diseño de libros-objeto para niños de 6 a 18 meses. Yáñez Martini, Lorena.....p. 9 | 689. El diseño gráfico en la educación a distancia. Romera, María Dolores.....p. 8 |
| 677. Marketing político, medios y la influencia en los resultados electorales. Guzmán Cerisola, Ricardo.....p. 7 | 674. El homo pos-devaluación. Una nueva especie de consumidor. Ventresca, Sabrina.....p. 9 |
| 715. Modelo de Planificación de la comunicación. Caso: Callejeros / Cromagnon. Maldován, María Celeste.....p. 7 | 678. Florentino Ameghino. Un mundo por descubrir, un placer que compartir, un sueño para vivir... Repetti, Daiana Andrea.....p. 8 |
| 660. Publicidad política: Del protagonista a la actuación de reparto. Shin, Alejandro.....p. 9 | 722. Formato resto-bar. Presentación y aceptación en la Argentina. Majdalani, María Guadalupe.....p. 7 |
| 654. Sobreinformación, saturación y la respuesta del creativo. Sansone, Carlos.....p. 8 | 709. Frenesí 05, la producción de un cortometraje. Rodríguez Battini, Diego.....p. 8 |
| Nuevas tecnologías | |
| 698. Me importa un rating. Casco, Joaquín Tomas.....p. 5 | 705. Lineamientos para el desarrollo turístico de la Ruta Nacional N° 14, Misiones Argentina. Gago, Andrea Victoria.....p. 6 |
| 662. Método seis sigma: El ADN de los intangibles para las PyMEs. Zazulie, Bettina.....p. 9 | 708. “Hábitos de consumo postcrisis” Situación política, social y económica. Pedevilla, Albano Andrés.....p. 8 |
| 702. PNT en TV: No es una moda pasajera... Llegaron para quedarse. Gilardi, María Carolina.....p. 6 | 699. La Hotelería en el fin del Mundo. Piccone, Julieta.....p. 8 |
| 641. Seguimiento de prensa digitalizado “Digital Press”. Gaitto, Manuela.....p. 6 | 684. La importancia de la imagen corporativa. Rusinek, Gabriela.....p. 8 |
| Nuevos Profesionales | |
| 642. Comunicación cultural. Dapcich, Ivanna.....p. 6 | 672. La integración del arte con la publicidad. Maskin, Natalia.....p. 7 |
| 639. Esperanza en 35 mm. La iluminación de un cortometraje. Oliva, Noelia Inés.....p. 8 | 645. La percepción visual en el diseño del paisaje. D’Amario, Diana Carolina.....p. 5 |
| 649. Making off de un asistente de dirección. Politano, Marcelo Ariel.....p. 8 | 712. La publicidad en época de crisis. Biondo, Daniela.....p. 5 |
| 643. Prevenir es comunicar. Carlomagno, Lucía.....p. 5 | 656. Lencería y corsetería de entreguerras 1919 a 1939. Ruberttone, Flavia.....p. 8 |
| Producción de Objetos, Espacios e Imágenes | |
| 647. ¡A conquistar Oriente! Shen Chao, Chieh.....p. 9 | 710. Licencias infantiles en Argentina. Caratini, Ana.....p. 5 |
| 667. ¡Alto! La moda nos llama. La seducción en la mujer en los avisos de gráfica. Cáccamo, Cecilia Mariana.....p. 5 | 680. Loft. Revalorización de un espacio. Gandolfo, María Alejandra.....p. 6 |
| 694. Cambios y tendencias en la moda argentina. Díaz O’Kelly, Ángeles.....p. 6 | 655. Los accesorios como portadores simbólicos. Biagioli, María Eugenia.....p. 5 |
| | 695. Moda y posición social argentina durante la última década. Labaké Rebolledo, María Angélica.....p. 7 |

| | |
|--|--|
| 743. Modalidades del Turismo Religioso. Análisis comparativo de dos centros de peregrinación: Aparecida (Brasil) y Luján (Argentina). Andreotti, Bruno.....p. 5 | 665. Telemarketing: Nueva herramienta para el desarrollo de CRM empresarial. Paur, Laura.....p. 8 |
| 746. Organización de circuitos turísticos en el ferrocarril. El tren histórico a vapor de Capilla del Señor. Buchetti, Adriana L.....p. 5 | 690. Tendencias de la moda en épocas de crisis. Dahum Chong, Florencia.....p. 6 |
| 707. Turismo paleontológico en Neuquén, la ruta del dinosaurio. Sapag, María Laura.....p. 9 | 748. Turismo en la tercera edad. Symanowicz, Alejandro Roberto.....p. 9 |
| | 703. Venta domiciliaria “Exclusivo para mujeres”. Tortello, Carla.....p. 9 |

Escritos en la Facultad N° 16
Trabajos Finales de Grado
Proyectos de Graduación
Facultad de Diseño y Comunicación
Actualización 2005
Índice por Títulos.

| | |
|--|--|
| 647. ¡A conquistar Oriente! Shen Chao Chieh.....p. 9 | 657. El creativo: Un inconsciente constructor social. Puigserver, Lucas.....p. 8 |
| 667. ¡Alto! La moda nos llama. La seducción en la mujer en los avisos de grafica. Caccamo, Cecilia Mariana.....p. 5 | 676. El descrédito del libro en el ámbito universitario argentino. Barzola, María Verónica.....p. 5 |
| 694. Cambios y tendencias en la moda argentina. Díaz O’Kelly, Ángeles.....p. 6 | 689. El diseño gráfico en la educación a distancia. Romera, María Dolores.....p. 8 |
| 747. Como romper con la estacionalidad turística en el “Cariló Village Apart Hotel”. Santangelo, Verena M.....p. 9 | 674. El homo pos-devaluación. Una nueva especie de consumidor. Ventresca, Sabrina.....p. 9 |
| 642. Comunicación cultural. Dapeich, Ivanna.....p. 6 | 668. El negocio central: Las centrales de medios y un nuevo paradigma en la industria publicitaria argentina. Fiorenza, Juan Pablo.....p. 6 |
| 640. Comunicación en Default. Los bancos sumidos en silencio. Tuffano, Valentín.....p. 9 | 664. El poder movilizador de las marcas. Fernández, María Beatriz.....p. 6 |
| 648. Construyendo imágenes. Lucci, Andrea Paula.....p. 7 | 701. El proceso de emprender, de la incubadora a El Horno. Ugarte, Julieta.....p. 9 |
| 638. Consumidores 2000. Cambios en el comportamiento del consumidor en época de crisis. Postolov, Laura Amparo.....p. 8 | 692. El silencio bancario, una gran estafa. Lutzman, Carlos.....p. 7 |
| 669. Desarrollo de Marca: Aventureira Da Praia. Cigliutti, Mariela.....p. 5 | 691. “El sol de La Rioja” Aceitunas verdes en salmuera. Guzmán, Ignacio L.....p. 7 |
| 653. Diseño de Indumentaria y Textil: Taller de Especialización. Albeniz, Marina.....p. 5 | 685. El tiempo, valor de la publicidad adolescente. Bigioli, Guido.....p. 5 |
| 646. Eficacia en la comunicación de medios. “Un modelo a indagar”. Albuixech, Soledad.....p. 5 | 658. ¿Es la publicidad de alimentos culpable de la obesidad en la infancia? Graciano, Néstor G. (2005).....p. 6 |
| 679. El auge de la vitivinicultura en el mercado argentino. Gómez, María Mercedes.....p. 6 | 659. Escalera a la Plata: La Publicidad y el mercado discográfico. Tesón, Dino Julio.....p. 9 |
| 683. El benchmarking y el outsourcing. Manassa, Nicolás.....p. 7 | |

| | |
|--|---|
| 639. Esperanza en 35 mm. La iluminación de un cortometraje. Oliva, Noelia Inés.....p. 8 | 671. La influencia de la globalización en las agencias de publicidad. Hentschel, Cynthia.....p. 7 |
| 744. Estrategia de marketing de servicios de Organfur S.A. Dirigida a empresas de Turismo. Traituros, Analía Melina.....p. 9 | 672. La integración del arte con la publicidad. Maskin, Natalia.....p. 7 |
| 700. Ética y Publicidad. Araujo, Valeria.....p. 5 | 645. La percepción visual en el diseño del paisaje. D'Amario, Diana Carolina.....p. 5 |
| 704. Extremo Sur. Diseño y desarrollo de una marca en Argentina. Szeps, Violeta.....p. 9 | 637. La prensa regional. Martínez Notte, Alejandro.....p. 7 |
| 650. Filantropía Corporativa: ¿Una estrategia comunicacional o un fin comercial? Vedronik, Natalia.....p. 9 | 675. La publicidad del perfume. Lorenzo, Cecilia.....p. 7 |
| 670. Fitcode: Consultora integral en fitness & wellness. Mancastroppa, Verónica.....p. 7 | 712. La publicidad en época de crisis. Biondo, Daniela.....p. 5 |
| 678. Florentino Ameghino. Un mundo por descubrir, un placer que compartir, un sueño para vivir... Repetti, Daiana Andrea.....p. 8 | 687. La publicidad es sorda. Díaz, Marina S.....p. 6 |
| 722. Formato resto-bar. Presentación y aceptación en la Argentina. Majdalani, María Guadalupe.....p. 7 | 697. La televisión de exportación. Corres, Joaquín.....p. 5 |
| 709. Frenesi 05, la producción de un cortometraje. Rodríguez Battini, Diego.....p. 8 | 635. Las Relaciones Públicas en la Industria Automotriz argentina. Doncel Jones, Ignacio Santos.....p. 6 |
| 708. “Hábitos de consumo postcrisis” Situación política, social y económica. Pedevilla, Albano Andrés.....p. 8 | 656. Lencería y corsetería de entreguerras 1919 a 1939. Ruberttone, Flavia.....p. 8 |
| 663. Historia de la comunicación política y su incidencia en la actualidad. Papasergio, María Eugenia.....p. 8 | 713. Libros infantiles, el diseño de libros-objeto para niños de 6 a 18 meses. Yáñez Martini, Lorena.....p. 9 |
| 644. Hotelería Argentina, una industria sin chimeneas. García Sierra, Guillermina.....p. 6 | 710. Licencias infantiles en Argentina. Caratini, Ana.....p. 5 |
| 745. Informe final sobre la pasantía en la empresa P.U.B. Ficarelli Calabresi, Fabia.....p. 6 | 705. Lineamientos para el desarrollo turístico de la Ruta Nacional N° 14, Misiones Argentina. Gago, Andrea Victoria.....p. 6 |
| 682. La creatividad en tiempos de crisis. Stöltzing, Federico.....p. 9 | 680. Loft. Revalorización de un espacio. Gandolfo, María Alejandra.....p. 6 |
| 711. La guerra secreta por la segmentación del mercado cervecero. Mauri, Sebastián E.....p. 7 | 655. Los accesorios como portadores simbólicos. Biagioli, María Eugenia.....p. 5 |
| 699. La Hotelería en el fin del Mundo. Piccone, Julieta.....p. 8 | 649. Making off de un asistente de dirección. Politano, Marcelo Ariel.....p. 8 |
| 696. La imagen de un canal de TV cerrada. Kopyto, Elizabeth.....p. 7 | 651. Marca País: Posicionamiento de la marca argentina en el mercado chino. Nocker, Verónica.....p. 8 |
| 636. ¿La imagen no es nada? Esclavos de las marcas. Feldman, Sebastián.....p. 6 | 677. Marketing político, medios y la influencia en los resultados electorales. Guzmán Cerisola, Ricardo.....p. 7 |
| 684. La importancia de la imagen corporativa. Rusinek, Gabriela.....p. 8 | 698. Me importa un rating. Casco, Joaquín Tomás.....p. 5 |

662. **Método seis sigma: El ADN de los intangibles para las PyMEs.** Zazulie, Bettina.....p. 9
695. **Moda y posición social argentina durante la última década.** Labaké Rebolledo, María Angélica.....p. 7
743. **Modalidades del Turismo Religioso. Análisis comparativo de dos centros de peregrinación: Aparecida (Brasil) y Luján (Argentina).** Andreotti, Bruno.....p. 5
715. **Modelo de Planificación de la comunicación. Caso: Callejeros / Cromagnon.** Maldován, María Celeste.....p. 7
714. **My memories.** Olivero, María José.....p. 8
746. **Organización de circuitos turísticos en el ferrocarril. El tren histórico a vapor de Capilla del Señor.** Buchetti, Adriana L.....p. 5
688. **Plan de comunicación interna. Diario La Nación.** Nóbilo, Claudia Patricia.....p. 8
706. **Plan de Marketing “Fashionmakers”.** Castagnino, María Itatí.....p. 5
702. **PNT en TV: No es una moda pasajera... Llegaron para quedarse.** Gilardi, María Carolina.....p. 6
643. **Prevenir es comunicar.** Carlomagno, Lucía.....p. 5
660. **Publicidad política: Del protagonista a la actuación de reparto.** Shin, Alejandro.....p. 9
666. **“Regla de 4” cuando el deseo es inversamente proporcional a la suerte.** Groppa, Gabriela.....p. 6
661. **Relaciones Públicas en salud.** Geirola, Georgina Maricel.....p. 6
681. **Repsol YPF: Un gigante responsable.** Mosiejko, Jessica Maya.....p. 8
641. **Seguimiento de prensa digitalizado “Digital Press”.** Gaitto, Manuela.....p. 6
652. **Servicio Interno: Satisfacer primero al cliente interno.** Manoukian, Paula Marina.....p. 7
654. **Sobreinformación, saturación y la respuesta del creativo.** Sansone, Carlos.....p. 8
693. **Supermercado Sur, una PyME en expansión.** Malianni, Ivana Raquel.....p. 7
665. **Telemarketing: Nueva herramienta para el desarrollo de CRM empresarial.** Paur, Laura.....p. 8
690. **Tendencias de la moda en épocas de crisis.** Dahum Chong, Florencia.....p. 6
748. **Turismo en la tercera edad.** Symanowicz, Alejandro Roberto.....p. 9
707. **Turismo paleontológico en Neuquén, la ruta del dinosaurio.** Sapag, María Laura.....p. 9
703. **Venta domiciliaria “Exclusivo para mujeres”.** Tortello, Carla.....p. 9
673. **Viabilidad teórica y comercial para la materialización del programa infantil AlgarVenturas.** Kanof, Pablo Martín.....p. 7

