

Presentación de Proyectos de Tesis.
Foro de Investigación. Maestría en Diseño
Edición V. Inicio 7 de Mayo de 2009
Escritos en la Facultad N° 52
Facultad de Diseño y Comunicación.
Universidad de Palermo

Sumario

Índice de Proyectos de Tesis de la Maestría en el marco de las líneas temáticas.....	pp. 3-4
Índice por autor.....	p. 4
Introducción.....	pp. 5-7
Egresados del Master de la Universidad de Palermo en Diseño 2004-2009.....	pp. 8-10
Síntesis de Proyectos de Tesis de la Maestría organizados alfabéticamente por autor.....	pp. 11-33

Índice de Proyectos de Tesis de la Maestría en el marco de las líneas temáticas

1. Empresas

Análisis de la práctica de Diseño Universal en las empresas de diseño gráfico y de comunicación visual a través del sistema de transporte público

León Ricardo Espinoza.....p. 17

El diseñador gráfico como gestor de comunicación de manera participativa en dos organizaciones con función social (ONG's): INEPE - Ecuador y El Arca - Argentina

Xavier Jiménez.....p. 20

Imagen Corporativa como fuente de valor económico y competitivo para las empresas del mercado actual

Silvina Roldán Olmedo.....p. 29

2. Estrategias de Comunicación

Comunicación y campaña de bien público: planteamiento de una campaña de bien público para los desplazados en Colombia

Carlos Andrés Londoño Medina.....p. 21

Análisis de la aplicación de las estrategias de Marketing político en las campañas presidenciales de Paraguay, Uruguay, Argentina y Colombia, y estudio de la posibilidad de su aplicación en los diferentes niveles políticos en las próximas elecciones de alcaldes y gobernador en el departamento del Meta (Colombia)

Pilar Ruiz.....p. 30

3. Marcas

Análisis del impacto ejercido por la customización del mensaje publicitario sobre el número de pautas hechas en los medios masivos de comunicación

Nicolás Espejo.....p. 16

La Marca que Marca. Simbolismo Visual Marcario

Clara Guerrero.....p. 18

Investigación teórico práctica del proceso de creación y posicionamiento de una marca corporativa para diseñadores de indumentaria en el mercado chileno

María Loreto.....p. 22

El espacio como identidad de marca

Soledad Miranda.....p. 24

4. Medios

La publicidad y los estereotipos. Estudio analítico acerca del uso de los estereotipos de género en la publicidad en vía pública y sus variaciones en las diferentes temporadas del año en la ciudad de Buenos Aires

Juan Carlos Ocampo Renowitzky.....p. 26

Análisis del uso de la Infografía. Estudio comparativo entre los diarios Clarín y El Colombiano

Carolina Romero Sierra.....p. 30

5. Nuevas Tecnologías

El impacto del motion graphics sobre el diseño gráfico. En el contexto de la República Argentina

Carlos Guillermo Andreau.....p. 11

Diseño de la interfaz gráfica web en función de los dispositivos móviles. Caso de estudio: diarios digitales

Ana Milagro Luzardo Alliey.....p. 22

Diseño de interfaces gráficas web de gestión universitaria estatal: hacia la definición de entornos adecuados a la conectividad de internet en Colombia

Alfredo Ramírez Parra.....p. 28

6. Nuevos Profesionales

Nuevo perfil profesional. El rol del marketing y la estrategia de comunicación organizacional en la formación de los estudiantes de diseño gráfico y publicidad de la ciudad de Medellín

Natalia Munera.....p. 25

7. Producción de Objetos, Espacios e Imágenes

Antropología y Diseño al servicio del marketing. El diseño (Industrial - Gráfico - Modas) como potenciador de la banalización del universo de significados en los adolescentes en Buenos Aires (14 y 15 años)

Oscar Leonardo De La Torre Florián.....p. 13

Artesanía urbana

Ricardo De Los Ríos Arellano.....p. 13

La función intrínseca del packaging “Siento, luego compro”. El packaging y sus variables estético-formales como ventaja competitiva

María Celeste Enrique.....p. 15

Fundamentos de la comunicación para el desarrollo de un sistema de señalética para un campus universitario. Caso Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), en su sede de Caracas, Venezuela

Nadia Alejandra Gradecky Santa Cruz.....p. 17

Figuraciones del cuerpo femenino en el siglo XXI. Propuesta de un cuerpo descarnalizado en la comunicación visual de productos light.

Claudia del Carmen Herrera Ramos.....p. 20

Signo tipográfico; Identidad cultural

Carolina Meléndez García.....p. 23

Sistemas de empaques con diseño universal aplicado

Natalia Salazar Alzate.....p. 31

La joya como comunicadora social

Yina Santisteban Balaguera.....p. 32

8. Recursos para el aprendizaje

Los componentes de la forma como recursos pedagógicos en el diseño de material didáctico

Paola Andrea Castillo Beltrán.....p. 12

El rol del diseñador gráfico interdisciplinario en la producción de material multimedia. Caso cd multimedia dirigido a estimular el desarrollo cognitivo de los niños en la etapa de operaciones concretas

Santiago Martín Pazmiño Chávez.....p. 27

¿Cuál es la relación que hay entre la biónica y el diseño para los criterios de forma y función?

Mariluz Sarmiento Forero.....p. 32

La programación neuro lingüística como herramienta estratégica de la creatividad publicitaria

Alejandro David Torres Misad.....p. 33

Índice por autor

Carlos Guillermo Andreau.....	p. 11
Paola Andrea Castillo Beltrán.....	p. 12
Oscar Leonardo De La Torre Florián.....	p. 13
Ricardo De Los Ríos Arellano.....	p. 13
María Celeste Enrique.....	p. 15
Nicolás Espejo.....	p. 16
León Ricardo Espinoza.....	p. 17
Nadia Alejandra Gradecky Santa Cruz.....	p. 17
Clara Guerrero.....	p. 18
Claudia del Carmen Herrera Ramos.....	p. 20
Xavier Jiménez.....	p. 20
Carlos Andrés Londoño Medina.....	p. 21
María Loreto.....	p. 22
Ana Milagro Luzardo Alliey.....	p. 22

Carolina Meléndez García.....	p. 23
Soledad Miranda.....	p. 24
Natalia Munera.....	p. 25
Juan Carlos Ocampo Renowitzky.....	p. 26
Santiago Martín Pazmiño Chávez.....	p. 27
Alfredo Ramírez Parra.....	p. 28
Silvina Roldán Olmedo.....	p. 29
Carolina Romero Sierra.....	p. 30
Pilar Ruiz.....	p. 30
Natalia Salazar Alzate.....	p. 31
Yina Santisteban Balaguera.....	p. 32
Mariluz Sarmiento Forero.....	p. 32
Alejandro David Torres Misad.....	p. 33