

Actividades de Extensión

JORNADAS

- VI Jornadas de Diseño 2001
"El futuro de las marcas"
- V Jornadas de Publicidad 2001
"El ascenso de la publicidad latinoamericana"

Página 2

CICLOS

- La Publicidad y sus protagonistas.
Ciclo auspiciado por Ad Latina.com

SEMINARIOS

- Las Relaciones Públicas y su práctica según los mercados verticales.
Seminario coordinado por Muchnik, Alurralde, Jasper & Asoc.
- Publicidad, lealtad comercial y transparencia de los mercados.
Organizado junto al Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Página 3

CHARLAS

- Daragráfica- Adobe E-Paper

Página 2

Horarios de Consulta

Profesores de Diseño y Comunicación

Página 4 y 5

Programa de Desarrollo Académico

- Seminario de Capacitación para la Investigación y Producción Académica
- Proyectos en el Aula

Página 5

Maestría en Diseño

Actividades del Programa Barcelona - Buenos Aires.

Página 5

Trabajos de estudiantes premiados

Página 6 y 7

Diseño de Historietas

Mesa Redonda integrada por destacados historietistas.

Página 8

Asistentes Académicos

Objetivos y metodología.

Página 9

Reseñas Bibliográficas

Página 10

Todas las opciones de capacitación en D y C

Página 11

Nuevos Diseñadores Gráficos

Página 11

Área de Desarrollo Inserción Laboral

Página 12

El futuro de las marcas

VI Jornadas de Diseño 2001

Organizadas con Interbrand Avalos & Bourse (pág. 2)

Creating and managing brand value **Interbrand Avalos & Bourse**

17, 18 y 19 de abril

3º Jornadas de Diseño Catalán

Martes 17 de abril

Comenzó, con la conferencia de Norberto Chaves sobre Gestión de Diseño, la tercera edición de las Jornadas de Diseño Catalán Contemporáneo. Estas Jornadas comenzaron el año '99 a partir del Programa Diseño Barcelona Buenos Aires que la Universidad de Palermo organiza con la Universidad de Barcelona.



Frank Memelsdorff

Continuando con las Jornadas Memelsdorff dictará la conferencia "Identidad y branding ante el cambio de hábitos y valores en la sociedad del futuro (es decir hoy)" el martes 17 de abril a las 19 hs. Memelsdorff es un destacado diseñador argentino de importante actuación en el legendario Grupo Siam di Tella en la década del '60. A partir de los '80 se radica en España y se especializa en consultoría estratégica en el campo de la identidad y culturas corporativas. (más información pág.5)

Diseño de Historietas

Lanzamiento del Programa de Capacitación Profesional en Diseño de Historietas.

El 26 de marzo se llevó a cabo una Mesa Redonda coordinada por el profesor Falcone integrada por destacados historietistas: Emiliano Mariani, Horacio Moreno, Andrés Accorsi y Pablo De Santis en ocasión del lanzamiento del Programa de Capacitación Profesional en Diseño de Historietas. (más información: pág 8)



Ingresantes Marzo 2001

Premios Estímulo 2001



En oportunidad del inicio del ciclo lectivo, nuestra Facultad da la bienvenida a los nuevos Ingresantes 2001, deseándoles mucha suerte en la nueva edición del Premio Estímulo que premiará los esfuerzos de aquellos alumnos con mejor desempeño académico en base al promedio en los exámenes finales del mes de julio.

Como su nombre lo indica, el propósito de este premio es alentar a los estudiantes a continuar con el excelente desempeño obtenido a lo largo de sus carreras. La empresa PIZZINI viene acompañando a nuestra Facultad desde sus inicios, auspiciando la entrega anual del Premio Estímulo.

Todas las opciones de capacitación en Diseño y Comunicación: Carreras, Programas y Cursos



A medida que el campo profesional se expande, se enriquece y se diversifica surgen en forma constante nuevas demandas de capacitación tanto por parte de quienes desean ingresar al mundo laboral del diseño y las comunicaciones como de quienes ya están en él y quieren avanzar en su formación. En sintonía permanente con los cambios, la Facultad de Diseño y Comunicación crea nuevas carreras y nuevas opciones para estudiar para quienes por razones de interés, tiempo, laborales o económicas no pueden acceder a una carrera universitaria en forma tradicional. Este año la facultad comenzó con la carrera de Diseño Industrial y los Programas de Capacitación Profesional de dos años: E-Design y Diseño de Historietas.

Programas de Capacitación Técnica

Asimismo comenzaron a dictarse los Programas de Capacitación Técnica, de 1 y 2 años de duración, que permiten una capacitación concentrada en el área de interés con la posibilidad de continuar en una carrera universitaria. (Ver desarrollo de esta propuesta, página 11)

gobBsAs

¿Cuáles son los límites a la creatividad publicitaria?

Seminario a cargo del Gobierno de la Ciudad de Buenos que tendrá lugar el 15 de mayo. (Más información: pág. 3)



Entre los días 16 y 30 de abril, el Grupo Calígrafos de la Cruz del Sur, expondrá sus trabajos en el hall de planta baja de la Facultad de Diseño y Comunicación, Mario Bravo 1050 y el martes 24 a las 10.30 en el Salón de Usos Múltiples darán una charla sobre caligrafía contemporánea.

OPEN DO
NO HAY MÁS VACANTES

100 talleres libre y gratuitos

A partir del éxito de la convocatoria de ciclo ABRIL 2001 se está organizando el próximo ciclo para octubre de este año. Los interesados pueden preinscribirse para recibir información.

El futuro de las marcas

17, 18 y 19 de abril

VI Jornadas de Diseño 2001
Organizadas con Interbrand Avalos & Bourse

Creating and managing brand value **Interbrand Avalos & Bourse**

Martes 17

- 10 hs. **CREATIVIDAD EN EL MANEJO DE MARCAS LÍDERES**
Exposición del trabajo realizado para 2 grandes empresas como Quilmes y Chandon.
- **Facundo Bertranou**, *Director General Creativo de Interbrand Avalos & Bourse.*
 - **Guillermo Andrade**, *Director de Diseño de Interbrand Avalos & Bourse a cargo de las cuentas Quilmes y Chandon.*
 - **Diego Giaccone**, *Director de Diseño de Interbrand Avalos & Bourse.*

19 hs. **EL FUTURO DE LAS MARCAS**

- **Carlos Avalos**, *Vicepresidente de Interbrand Avalos & Bourse.*
- Hoy las marcas se han filtrado a todos los niveles de la sociedad - desde el sector privado hasta las organizaciones sin fines de lucro. Son un elemento de creciente valor para sus dueños y una herramienta ineludible para toda organización.
- Interbrand ha entrevistado a 25 personajes con visiones muy dispares como: Spike Lee, Sepp Blatter presidente de la FIFA y el creativo Lee Clow. Cada uno expresa su idea de como será nuestra relación con las marcas en el futuro. Se presentarán estas visiones junto con las últimas teorías acerca de la evolución de las marcas, su creciente importancia para supermercados y mayoristas, para los fabricantes, etc.

Miércoles 18

- 10 hs. **PROCESOS CREATIVOS DE PACKAGING PARA GRANDES MARCAS**
Ejemplos: Matarazzo Ricetta Originale, Valmont O2 (oxigen), Topline.
- **Diego Giaccone**, *Director de Diseño de Interbrand Avalos & Bourse a cargo de las cuentas Molinos Río de la Plata, Arcor, Nabisco/Terrabusi.*
 - **Guillermo Andrade**, *Director de Diseño de Interbrand Avalos & Bourse.*

19 hs. **LA MARCA, CARA VISIBLE DE UNA RELACIÓN**

- **Patricio Bourse**, *Presidente de Interbrand Avalos & Bourse.*
 - **Carlos Avalos**, *Vicepresidente de Interbrand Avalos & Bourse.*
- Estamos rodeado de marcas, las compramos, las usamos, les confiamos nuestro futuro, vivimos dentro de ellas. Son lo que dicen ser? Cómo se construye esta cara visible y cómo hacer para que una identidad de marca no sea solo un logotipo o un símbolo.
- La identidad de una marca no es sólo su representación gráfica. Se desarrollarán ejemplos acerca de las distintas "caras" de la identidad y su importancia en crear la posición de marca adecuada y obtener la imagen de marca deseada.

Jueves 19

- 10 hs. **PROCESO INTERDISCIPLINARIO ENTRE LOS EQUIPOS DE ESTRATEGIA Y DISEÑO**
- **Facundo Bertranou**, *Director General Creativo de Interbrand Avalos & Bourse.*
 - **Diego Casares**, *Director de Planeamiento Estratégico de Interbrand Avalos & Bourse.*

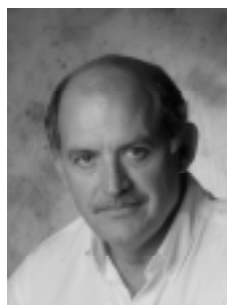
19 hs. **CUÁNTO PAGA USTED POR ESTA MARCA?**

- **Luis H. Bustos**, *Presidente de Interbrand Chile.*
 - **Patricio Bourse**, *Presidente de Interbrand Avalos & Bourse.*
- Desde hace unos 20 años las compañías han visto como sus bienes intangibles crecían en valor respecto de los clásicos bienes de capital. Las valiosas del mundo cuestan miles de millones de dólares.
- Cómo se evalúa una marca? Cómo se le agrega valor a las existentes?
- Se introducirá al auditorio al método Interbrand de valuación marcaría, introducido a comienzos de los años '70 este método es hoy es estándar de la industria. También se mostrará el método Interbrand de "Brand Value Management", modelo de control de gestión que permite medir en forma asidua el valor de la marca y a la vez la gestión realizada.

Las Jornadas son **libres y gratuitas**.
INFORMES E INSCRIPCIÓN: Facultad de Diseño y Comunicación, Mario Bravo 1050, 1º piso. Teléfonos: 4964 4500 int. 1502, 1513, 1514 y 1530 o 4964 4646 (directo).
Fax: 4964 4641 consultasdc@palermo.edu.ar
www.palermo.edu.ar
Las actividades se realizarán en la sede de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, Mario Bravo 1050. Capital Federal.



Guillermo Andrade



Carlos Avalos



Facundo Bertranou



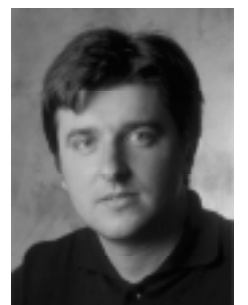
Patricio Bourse



Luis Bustos



Diego Casares



Diego Giaccone

V Jornadas Universitarias de Publicidad 2001



“El ascenso de la publicidad latinoamericana” (*)

Organizadas con la colaboración de Adlatina, 29 y 30 de Mayo

- 10 hs. Diálogo con creativos publicitarios, jurados en la última entrega del FIAP.
- 15 a 19 hs. Festivales. Exhibición de las últimas ediciones de los festivales más relevantes del mundo de la publicidad.
- 19 hs. Mesa redonda. A cargo de creativos responsables de creatividad para la región latinoamericana.

(*) Según uno de los máximos responsables de los Festivales Publicitarios, los países con mayor envergadura creativa son Inglaterra, Estados Unidos, España, Brasil y Argentina, en este orden.

Los expositores se confirmarán durante el mes de abril.

II Seminario Internacional sobre Guión



Organizado con New York University (USA)
Del 14 de Mayo al 1º de Junio

Expositor: **Prof. Michael Dinwiddie**

Por segundo año consecutivo, dado el éxito obtenido el año anterior, se organizará nuevamente en mayo el II Seminario Internacional sobre Guión, a cargo del Prof Michael Dinwiddie, docente de la Gallatin School of Individualized Studios de la New York University. Este seminario tiene cupo limitado y está reservado para profesionales con experiencia en el área.

Las Jornadas y el Seminario son **libres y gratuitos**.
INFORMES E INSCRIPCIÓN: Facultad de Diseño y Comunicación, Mario Bravo 1050, 1º piso. Teléfonos: 4964 4500 int. 1502, 1513, 1514 y 1530 o 4964 4646 (directo), consultasdc@palermo.edu.ar
www.palermo.edu.ar

CHARLA

DATAGRAFICA ADOBE E-PAPER

Adobe presentará cómo optimizar los recursos de una compañía con la utilización de PDF.

- Administración y distribución actual de la información en formato PDF.
- Compatibilidad full con sistemas operativos.
- Consulta de documentos por Reader.
- PDF para gráfica, textos, intranet, cd room, web, etc.
- Utilización de Acrobat 4.0 para modificar documentos PDF.
- Utilización de documentos PDF.

Aplicaciones: **Acrobat 4.0 – Acrobat Capture 3.0 – Acrobat Messenger**

25 de abril a las 11:30 hs.

Actividad libre y gratuita.

SEMINARIO

Publicidad, lealtad comercial y transparencia de los mercados.

¿Cuáles son los límites a la creatividad publicitaria?



Organizado por la Subsecretaría de Seguridad Alimentaria, Comercio Interior y Coordinación de Políticas para el Consumidor, (Dirección General de Defensa y Protección al Consumidor) dependiente de la Secretaría de Desarrollo Económico del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Martes 15 de mayo de 2001 de 9 a 13 y 18 a 21 hs.

Este Seminario contará con la presencia de las siguientes autoridades:

- **Dr. Eduardo Hecker**, Secretario de Desarrollo Económico del GCBA.
- **Dr. Guillermo Guido**, Subsecretario de Seguridad Alimentaria, Comercio Interior y Coordinación de Políticas para el Consumidor del GCBA.
- **Arq. Miguel Fortuna**, Director General de Defensa y Protección al Consumidor del GCBA.
- **Dr. Alberto José Robles**, Director de Lealtad Comercial del GCBA
- **Lic. Oscar Echevarría**, Decano de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Coordinador

- **Dr. Jorge Surín**, Abogado dictaminador de la Dirección Jurídica de Defensa del Consumidor del GCBA.

Atento lo normado por el Art. 42 de la constitución Nacional y el Arg. 46 de la Constitución de la Ciudad de Buenos Aires, respecto a la defensa de los consumidores y usuarios de bienes y servicios, el principio de integración de las leyes de Defensa del Consumidor y de Lealtad Comercial, y lo determinado en el Pto. A, inciso 5 de la declaración de principios del Código de Ética Profesional de la AAAP, en el sentido de cooperar con las autoridades en la legislación que se relacione con la publicidad, el objetivo de estas jornadas es difundir la normativa vigente referida al ejercicio de la publicidad y crear un marco de debate adecuado en cuanto a la transparencia en los mercados y los límites a la creatividad publicitaria.

Los disertantes para cada panel serán confirmados durante el mes de abril.

AGENDA

9:30	APERTURA Palabras de autoridades de ambas instituciones.
10:00	Panel 1: "PUBLICIDAD, INFORMACIÓN Y MERCADOS"
11:00	BREAK
11:15	Panel 2: "LAS CONTRAVENCIONES POR PUBLICIDAD ENGAÑOSA Y PUBLICIDAD DESLEAL"
12:15	RECESO
18:00	Panel 3: "LA PROHIBICIÓN LEGAL DE LOS SORTEOS CON OBLIGACIÓN A COMPRA"
19:00	BREAK
19:15	Mesa redonda: "EL EJERCICIO DEL PODER DE POLICÍA PARA EL CONTROL DE LA PUBLICIDAD DESLEAL EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES"
20:15	CIERRE Palabras de autoridades de ambas instituciones.

Se entregarán certificados de asistencia expedidos por ambas instituciones.

CICLO

La Publicidad y sus Protagonistas

Con el auspicio y el asesoramiento de Adlatina

Ciclo académico 2001 articulado en cuatro módulos que abarcan, íntegramente, el proceso y la problemática de la actividad publicitaria actual, en diálogo con los profesionales más destacados.

Este Ciclo está abierto a todos los interesados, sean o no alumnos de la Universidad de Palermo. Requiere de inscripción previa porque los cupos son limitados; se entregarán certificados de asistencia.



Inicio: **Jueves 26 de abril a las 19 hs.**

1º módulo: **La Agencia y el Anunciante**

- Una elección mutua.
- Elección y relación, convenios y empatía.
- Productos, servicios, marcas y empresas.

2º módulo: **El Briefing y la Estrategia**

- Una creatividad plural.
- Selección y Perfiles de Targets.
- Briefing de Marketing.
- Briefing de Comunicación.
- Estrategias Creativas.

3º módulo: **La Campaña integral.**

- Above and under the line.
- Campaña integral.
- Promoción, Merchandising y cía.
- Producción y Presupuesto.

4º módulo: **Los Medios y los Fines**

- La eficacia entra en juego.
- Planificación de Medios.
- Evaluación, Ajuste y Continuidad.
- Análisis de Casos paradigmáticos.

Este Ciclo se completa con las Jornadas Académicas de Actualización Publicitaria a realizar en mayo (ver pág. 2)

SEMINARIO

Las Relaciones Públicas y su práctica según los mercados verticales



Seminario de comunicación estratégica coordinado por la consultora Muchnick, Alurralde, Jasper & Asoc.

Duración: 2 cuatrimestres de 8 clases cada uno, a realizarse los días **Martes a las 19 hs.**, según el calendario publicado mes a mes.

Calendario:

Clase 1: 17 de Abril, 19 hs.

Relaciones públicas en el mercado de las empresas tecnológicas. Características generales.

Oradores: Mariana Jasper, Paula Ruiz y Guadalupe Hugony (Directoras de la práctica de Tecnología de Muchnik, Alurralde, Jasper y Asoc.)

Clase 2: 24 de Abril, 19 hs.

Estudio de caso: Microsoft

Oradores: Mariana Jasper, Paula Ruiz y Guadalupe Hugony (Directoras de la práctica de Tecnología de Muchnik, Alurralde, Jasper y Asoc.)

Clase 3: 15 de Mayo, 19 hs.

Relaciones públicas en el mercado de las empresas de servicios financieros. Características Generales

Oradores: Laura Muchnik, Diego Marquis (Director del Area de RRPP de MAJ&Asoc.) y Janine Wilson (Directora de Cuentas).

Clase 4: 22 de Mayo, 19 hs.

Estudio de caso: Banco Patagonia

Oradores: Laura Muchnik, Diego Marquis (Director del Area de RRPP de MAJ&Asoc.).

Clase 5: 29 de Mayo, 19 hs.

Relaciones públicas en el mercado de las empresas de salud. Características generales. Oradores: Mariana Jasper, Silvina Fotia (Directora de la práctica de Salud de Muchnik, Alurralde, Jasper y Asoc.)

Clase 6: 5 de Junio, 19 hs.

Estudio de Caso: Laboratorios Merck, Sharp & Dohme.

Oradores: Mariana Jasper, Silvina Fotia (Directora de la práctica de Salud de Muchnik, Alurralde, Jasper y Asoc.)

Clase 7: 12 de Junio, 19 hs.

Relaciones públicas en el mercado de las empresas de consumo. Características generales. Oradores: Laura Muchnik, Paulina Andrés y Myriam Iansa (Directoras de la práctica de Consumo de Muchnik, Alurralde, Jasper y Asoc.)

Clase 8: 19 de Junio, 19 hs.

Estudio de Caso: Consorzio Prosciutto di Parma. Oradores: Laura Muchnik, Paulina Andrés y Myriam Iansa (Directoras de la práctica de Consumo de Muchnik, Alurralde, Jasper y Asoc.)

Nota: En el segundo cuatrimestre se repetirán las temáticas con distintos estudios de casos, los cuales serán oportunamente informados.

Las actividades son **libres y gratuitas**.
INSCRIPCIÓN e INFORMES: Facultad de Diseño y Comunicación, Mario Bravo 1050, 1º piso.
 Teléfonos: 4964 4500 int. 1502, 1513, 1514 y 1530 o 4964 4646 (directo), Fax: 4964 4641
 e-mail: consultasdc@palermo.edu.ar / www.palermo.edu.ar
 Las actividades se realizarán en la sede de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, Mario Bravo 1050. Capital Federal.

Horario de consulta, asesoramiento y tutorías de profesores

ALAIMES, JUAN CARLOS VIERNES 13,30 a 14,30 ALBISTUR, ROSA / BASSUK, VICTOR JUEVES 13 A 14 ALGARBE, HORACIO MIERCOLES 13 A 13,30 VIERNES 13 A 13,30 SABADO 12,15 A 12,45 ALVAREZ, CRISTINA MARTES 13 A 16 AMADO SUAREZ, ADRIANA JUEVES 11,30 A 12,30 ANDREATTA, CARLOS ALBERTO JUEVES 17,30 A 18,30 ANZORENA, OSCAR MIERCOLES 17,30 A 18 APRILE, ORLANDO CESAR LUNES 12 A 16 MARTES 19 A 22 MIERCOLES 15 A 19 JUEVES 14 A 21 ARANCIBIA, JORGE MARTES 11,30 A 12,30 ARGAÑARAZ, CARLA MARTES 11,30 A 12,30 JUEVES 11,30 A 12,30 ARROYO, CECILIA MIERCOLES 11,30 A 12,30 ARYAN, EUGENIA JUEVES 17,30 A 18,30 BAJAR, DANIELA LUNES 17,30 A 18,30 BARBERA, CLAUDIA ALEJANDRA LUNES 13 A 14 MARTES 11,30 A 12,30 MIERCOLES 13 A 14 BARONE, DANIEL MARTES 11,30 A 12,30 MIERCOLES 11,30 A 12,30 BARTOLOMEI, VICTORIA MARTES 11,30 A 12,30 MIERCOLES 11,30 A 12,30 BAS, PABLO VIERNES 17,30 A 18,30 BELMES, DEBORA IRINA MARTES 17,30 A 18,30 BERSCHADSKY, DIANA MARTES 17,45 A 18,45 VIERNES 11,30 A 12,30 BETTENDORFF, MARIA ELSA MIERCOLES 11,30 A 13 JUEVES 17 A 18,30 BIDINOST, VERONICA MARTES 11,30 A 12,30 BLANCO, LORENZO LUNES 17,30 A 18,30 MARTES 13 A 14 MIERCOLES 13 A 14	BOERI, PATRICIA VIERNES 11,30 A 12,30 BORDOY, SILVIA JUEVES 17,30 A 18,30 BRUNO, JORGE JUEVES 11,30 A 12,30 BUENO, SUSANA JUEVES 11,15 A 12,45 VIERNES 11,15 A 12,45 CALDERON, THAIS LUNES 17 A 18,30 MIERCOLES 11,30 A 13 CANDELMÍ, ADRIAN LUNES 19 A 22 MIERCOLES 11,30 A 12,30 JUEVES 11,30 A 12,30 CARLESÍ, EUGENIA / SCALISE VALERIA JUEVES 17,30 A 18,30 CASTRO, RAUL MARTES 13 A 14 JUEVES 13 A 14 VIERNES 17,30 A 18,30 CENTENO, JULIO MARTIN LUNES 17,30 A 18,30 MIERCOLES 11,30 A 12,30 CHURRUARIN, ALEJANDRA LUNES 11,30 A 12,30 MARTES 17,30 A 18,30 VIERNES 11,30 A 12,30 COLONNESSE, JULIO MIERCOLES 13 A 14 CRISTOFANI, MARIA ALEJANDRA MIERCOLES 11,30 A 13,30 17,30 A 19 DAGA, MARIELA JUEVES 12,30 A 13,30 DEL PINO, MARTA MARTES 10,30 A 11,30 DEL RIO, CARLOS LUNES 11,30 A 12,30 MARTES 17,30 A 18,30 MIERCOLES 11,30 A 12,30 DELLA FONTE, LAURA MARTES 11,30 A 12,30 MIERCOLES 11,30 A 12,30 VIERNES 11,30 A 12,30 DENEGRI, LAURA MIERCOLES 11,30 A 15,30 DESPLATS, OSCAR MIERCOLES 13 A 14 JUEVES 17,30 A 18,30 DESPLATS, RICARDO LUNES 17,30 A 18,30 DIAZ, EDGARDO MARTES 11,30 A 13,30 MIERCOLES 11,30 A 12,30 DOLDAN, JOSE MARIA MARTES 11,30 A 12,30	DOMINICI, MARIA ROSA JUEVES 17,30 A 18,30 DORIA, PATRICIA MARINA LUNES 11,30 A 13,30 DOZO, DARDO MARTES 8 A 9 VIERNES 13 A 14 ELIZALDE, MA, DEL CARMEN JUEVES 17,30 A 18,30 ENCISO, CARLOS HUGO MARTES 11,15 A 12,45 JUEVES 11,15 A 12,45 ESPECTOR, MARTA ALEJANDRA VIERNES 12 a 15 FAJGENBLAT, NANCY JUEVES 11,30 A 12,30 FALCONE, JORGE MIERCOLES 13 A 15 FELLI, PABLO MIERCOLES 17,30 A 18,30 FERNANDEZ ALVAREZ, ALEJANDRO LUNES 17,30 a 18,30 FERNANDEZ IRUSTA, DIANA JUEVES 11,30 A 12,30 FERNANDEZ, DIANA JUEVES 11,15 a 12,15 FERNANDEZ, MARTA LUNES 17,30 A 18,30 MARTES 17,30 A 18,30 FERRARI, LAURA MIERCOLES 17,30 A 18,30 FIRSZT, ALEJANDRO MARTES 17,30 A 18,30 JUEVES 16,30 A 18,30 GHIÒ, MARCELO DANIEL MARTES 11,30 A 12,30 JUEVES 17,30 A 18,30 GIMENEZ, MARIANO JUEVES 11,30 A 12,30 GOLDER GABRIELA VIERNES 11,30 A 12,30 GOMEZ KODELA, MARCELA VIERNES 17,30 A 18,30 GONZALEZ VILCHES, GABRIEL JUEVES 17,30 A 18,30 GONZALEZ, SUSANA LUNES 13 A 15 GRANDINETTI, CLAUDIO VIERNES 11,30 A 12,30 GUARRERA, ALEJANDRO JUEVES 11,30 A 12,30 GUERRA, MARIA FERNANDA MIERCOLES 11,30 A 12,30 GUIDALEVICH, SERGIO LUNES 17,30 A 18,30 JUEVES 17,30 A 18,30	GUTERMAN, DALIA MARTES 11,30 A 12,30 HARO, JORGE MARTES 17,30 A 18,30 MIERCOLES 11,30 a 12,30 IRAMONT DIAZ, JORGE MARTES 11 A 11,30 JUEVES 11 A 11,30 JACOBO, MARCELA MARTES 11,30 A 12,30 JAUREGUI, ANDRES MIERCOLES 13 A 14 JEVSCEK, FABIAN LUNES 11,30 a 12,30 KESTING, ANDRES VIERNES 13,30 a 14,30 KNOP, FABIOLA LUNES 11,30 A 12,30 MARTES 17,30 A 18,30 MIERCOLES 13 A 14 KRICUN, CLAUDIA MARTES 11,30 A 12,30 LANZIANO, ALFREDO MANUEL MIERCOLES 11,30 A 13,30 JUEVES 17,30 A 18,30 LENTO, GUSTAVO JUEVES 13,30 A 15 LOPEZ NEGLIA, CLAUDIA LUNES 17,30 A 18,30 MARTES 11,30 A 13 LUNA DIPALMA, JORGE JUEVES 11,30 A 12,30 MARLETTO, JUAN BERNARDO MARTES 17,30 A 18,30 MASSOLO, FAVIO JUEVES 11,30 A 12,30 MELAMED, DIEGO MARTES 13 A 14 MELGIN, RAQUEL JUEVES 17,30 A 18,30 MONSERRAT, ANDRES MARTES 17,30 A 18,30 MIERCOLES 17,30 A 18,30 VIERNES 11,30 A 12,30 MORAN, CARLOS VIERNES 11,30 A 12,30 NAKASATO, MARIO MARTES 16,45 a 18,45 NAVARRO, MANUEL MARTES 13 A 14 JUEVES 17,30 A 18,30 NIRINO, GABRIELA JUEVES 11,30 A 12,30 NORIEGA, CECILIA VIERNES 17,30 A 18,30
---	---	--	--

DOCENTES DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN

Los profesores de la Facultad asignan una carga horaria semanal para tutorías, consultas, clases de apoyo, asesoramiento para exámenes finales y otras actividades académicas que son denominadas Tareas Académicas Complementarias (TAC)

En el horario consignado en estas páginas, los profesores están en la Facultad y pueden ser consultados libremente por todos los estudiantes interesados, sean o no sus alumnos.

Estos horarios pueden sufrir modificaciones, la actualización constante de dichos horarios pueden ser consultados en cartelera de planta baja. Este horario está vigente hasta el viernes 29 de junio y no se interrumpe durante el período de exámenes de mayo.

NORIEGA, JORGE

MARTES 11,30 A 12,30
MIÉRCOLES 11,30 A 12,30
17,30 A 18,30
JUEVES 11,30 A 12,30

NUPIERI, OSVALDO

LUNES 17,30 a 18,30
MARTES 13,30 A 15
MIÉRCOLES 13,30 A 15

OBERTI, LILIANA

LUNES 13 A 14
MIÉRCOLES 16,30 A 18,30

ORELLANA, JUAN

LUNES 11,30 A 12,30
MIÉRCOLES 11,30 A 13,30

ORFEO, CHARLIE

VIERNES 11,30 A 12,30

PAGANI, ESTELA

LUNES 17,30 A 18,30
MARTES 10 A 11

PAOLINI, ALEJANDRO

VIERNES 17,45 A 18,45

PARADA, JOSE MANUEL

VIERNES 11,30 A 12,30

PARADA, MABEL CECILIA

MARTES 11,30 A 13
MIÉRCOLES 17 A 18,30

PASCUALETTO, GRACIELA

MARTES 11,30 A 12,30

PEPE, JORGE VICTOR

LUNES 11,30 A 12,30
JUEVES 17,30 A 18,30

PEREZ LOZANO, DIEGO LUIS

LUNES 11,30 A 13
MIÉRCOLES 17 A 18,30

PETRIDIS, MIGUEL

LUNES 11,30 A 12,30

PORRO, SILVIA PAULINA

LUNES 11,30 A 13
MARTES 11,30 A 13

PRECI CLAUDIA SUSANA

JUEVES 13 A 14,30

RECA, ESTELA BEATRIZ

MARTES 11,30 A 12,30
JUEVES 11,30 A 12,30

RECUPITO, MONICA CRISTINA

LUNES 11,15 A 13,15
MARTES 11,15 A 13,15

RIGONI, LUCRECIA ANA

MIÉRCOLES 11,30 A 12,30

RODRIGUEZ GESUALDI,

ALEJANDRA
JUEVES 11,30 A 12,30

ROIG, FERNANDO ARMANDO

JUEVES 11,15 A 12,15

ROLANDO, FERNANDO LUIS

MIÉRCOLES 17,30 A 18,30
JUEVES 17,30 A 18,30

RUSSO, EDUARDO ADRIAN

VIERNES 11,30 A 13

SANTACHITA, DANIEL

VIERNES 11,30 A 12,30

SANTISO, JOSE

MIÉRCOLES 17,30 A 18,30

SARMIENTO, ALEJANDRO

JUEVES 11,30 A 12,30

SCATOLARO, MARIA DEL ROSARIO

MARTES 11,30 A 13,30
JUEVES 18,30 A 20,30

SCHILMAN, GLORIA ALICIA

LUNES 11,30 A 13,30
MARTES 11,30 A 13

SCONZA, ORLANDO

MARTES 17,30 A 18,30

SENSINI, ANTONIO NAZARENO

LUNES 11,30 A 14,30
VIERNES 17,30 A 18,30

SPINA, MARIA LAURA

MIÉRCOLES 11,30 A 13

STORTONI, MARTIN

JUEVES 17,30 A 18,30

SURIN, JORGE ALBERTO

VIERNES 17,30 a 18,30

TADDEI, ELISABET

MIÉRCOLES 10 A 12

TECCHIA, ANTONIO

MARTES 11,30 A 13,30

TESCIONE, RICARDO JUAN

VIERNES 11,30 A 12,30

TISCHKOVSKY PALANT, LUCAS

VIERNES 11,30 A 12,30

TORRES, GUILLERMO

JUEVES 11,30 A 12,30

VALDES, GUSTAVO

LUNES 17,30 A 18,30
JUEVES 11,30 A 12,30

VILARIÑO, ROBERTO

LUNES 17,30 A 18,30

VILLAR, VIOLETA

MARTES 11,30 A 12,30

YOUNG, JUAN PABLO

MARTES 11,30 A 12,30

PROGRAMA DE DESARROLLO ACADÉMICO

Seminario de Capacitación para la Investigación y Producción Académica

Este Seminario es una instancia de **capacitación**, en torno a la creación, producción e investigación. Este emprendimiento, diseñado por el equipo de Gestión de Proyectos en el Aula, se encuentra dirigido a todos los docentes de la Facultad interesados en la realización de Proyectos de Investigación. El taller de capacitación consiste en el abordaje de una serie de temáticas que, dictadas por distintos especialistas, desarrollarán cuestiones referidas a la planificación de proyectos en el marco de la currícula, diferentes aspectos de la metodología de la investigación (diseño, objetivos, técnicas), alcances de las líneas temáticas de investigación propuestas por la Facultad, entre otras. Las actividades del taller se encuentran organizadas a lo largo del año lectivo en diez encuentros quincenales, los días martes de 13 a 15 horas. Las vacantes son limitadas. El acceso al Taller requiere inscripción previa. Se otorgarán certificados de asistencia.

Planificación

Durante el mes de abril tendrá lugar el primer módulo del Taller "Planificación", a cargo del Profesor Lorenzo Blanco, referido a la temática de la planificación en el aula y su articulación con el diseño de proyectos de investigación e instancias de ejecución en el marco del dictado de las asignaturas. Las reuniones se llevarán a cabo los días **10 y 24 de 13 a 15 hs.**

Informes e Inscripción: Estela Pagani /Romina Pinto. TE: 4964-4500 Int. 1508, E-mail: rpinto@palermo.edu.ar

Proyectos en el Aula

La Facultad de Diseño y Comunicación ha elaborado un plan de trabajo referido a la investigación partiendo de las posibilidades que ofrece la relación docente-estudiante en el ámbito aulico. Este ha sido el punto de lanzamiento de un proceso que, constituido por diferentes actividades, conciben a la investigación como un área de desarrollo institucional académico.

Los "Proyectos en el Aula" son acciones -teóricas y/o proyectuales- concebidas en torno de la creación, producción e investigación, que, realizadas en el marco del dictado de cada asignatura, contribuyen a enriquecer desde el aula el aprendizaje universitario, promoviendo el análisis y la comprensión de la realidad.

Sus objetivos principales son incentivar la creación, producción e investigación y promover los procesos de enseñanza, acercando a los estudiantes al mundo real a través de la incorporación de información y la producción de conocimiento. De esta forma, el aula constituye un espacio de producción que posibilita a los estudiantes realizar un acercamiento a diferentes aspectos del ejercicio de su futura profesión.

Los proyectos en el aula constituyen, en torno de la investigación, un proceso continuo de crecimiento académico, del que participan todos los docentes y estudiantes. Sus resultados se orientan a enriquecer el dictado de las asignaturas, realizar aportes teóricos vinculados a la currícula, promover la realización de herramientas y material pedagógico, e innovar en torno de los procesos de evaluación.

El alcance temático de estos proyectos está vinculado a los contenidos de cada asignatura, a través de la selección de un tema, que puede, a su vez, estar en relación con alguna de las líneas temáticas propuestas por la Facultad, instancia ésta que permite formalizar la investigación desde un enfoque interdisciplinario.

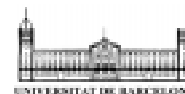
Los resultados de las investigaciones poseen varias alternativas de comunicación, tales como la publicación en la serie *Cuadernos*, cuyo primer número se encuentra conformado por los trabajos de proyectos en el aula realizados por el profesor Lorenzo Blanco titulado "**Las medianas empresas como fuentes de trabajo potencial para las Relaciones Públicas**" y la profesora Silvia Bordoy, que lleva por título "**Influencia de Internet en el ámbito de las Relaciones Públicas**". Otras opciones son los concursos de la Facultad y la posibilidad de conformarse como material disponible para docentes y estudiantes, a través de la consulta en el Centro de Recursos de la Facultad.

A su vez, los proyectos en el aula cuentan para su realización con un equipo de gestión de proyectos que, conformado por docentes de diferentes carreras, Lorenzo Blanco, José María Doldan, Thais Calderón, Cecilia Noriega, Estela Pagani, María Luara Spina y Fabiola Knop realiza acciones de coordinación destinadas a asistir metodológicamente y promover instancias de capacitación, a través del Seminario de Capacitación para la Investigación y Producción Académica, optimizando el accionar universitario en torno de la investigación.

Estas acciones tienen como meta el estímulo y la promoción para la generación de proyectos de investigación, constituyéndose en un camino para la formación curricular y el desarrollo del pensamiento crítico de los estudiantes de la Facultad, a la par de contribuir desde la Universidad a la satisfacción de las demandas que realiza la comunidad.

Maestría en Diseño

Actividades del Programa Barcelona - Buenos Aires



SEMINARIO PARA MAESTRÍA

Tema: **Diseño, y Estrategia en Empresas de diferentes escalas**

Diseñaremos referencias o vagones de cola?
A cargo de: **Frank Memelsdorff**

Lunes 16, miércoles 18 y jueves 19 de abril de 19 a 22 hs.

Objetivos

Hacer una secuencia de los siguientes temas: encuadre y abordaje conceptual, diagnóstico, estrategia general y estrategias particulares. Interfases con el cliente a lo largo de la tarea. Diferencias de actuaciones del diseñador según

el tamaño de la empresa institución o pymes. Se ilustrará con casos prácticos.



Norberto Chaves durante la conferencia sobre Gestión de Diseño que dio comienzo a la tercera edición de las Jornadas de Diseño Catalán.

Estudiantes de la Facultad Premiados

Concurso: La mejor campaña. Diseño de una campaña integral.

Concurso: Módulo polifunción. Diseño de muebles.



← Primer premio
Autores: **Mariano Valle García, Juan Guzzo y Martín Nicolás** ↑



← Segundo premio (compartido)
Autor: **Chilliano, Estrella, Gol, Polita** ↑



← Segundo premio (compartido)
Autor: **Guillermo Lucchi, Baloriani, Romero, Orthusteguy**



← Tercer premio
Autores: **Mariana Viñas y Lucía Bernardi** ↑

Muestra de trabajos premiados de Fotografía

A partir de abril se expondrán en Palermo TV, Soler 3666, los trabajos premiados del concurso **El producto en imágenes** publicado en la página 7 y trabajos de concursos anteriores en el rubro "producto" perteneciente a los siguientes alumnos: Federico Acosta Del Río, Guillermo Arata, Lorena Bartolomeo, Fernando Bernasconi, Nicolás Bollaci, Santiago Bravo, María Laura Cadile, Cecilia Cogliati, Carolina Di Risio, María Laura Enderiz, Guillermo Fernández, Silvana Gaidolfi, María Gándara, María Pia Gómez Centurión, Soledad Jones, Florencia Loaiza, Inés Madero, Romina Pedreschi, Hernán Scuka, Jorge Seriani, Ana Luz Signori, María Silvetti, Federico Stöltzing y Mary Vega.



↑ Primer Premio:
Autora: **Mariana Santos**



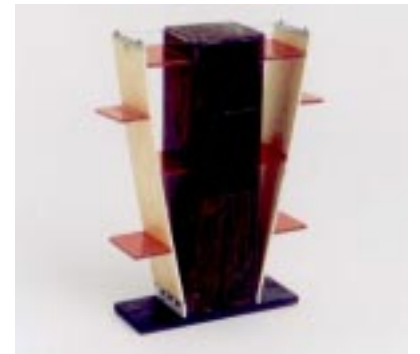
↑ Mención:
Autora: **Yael Kotliar**



↑ Segundo Premio:
Autora: **Patricia Beber**



↑ Mención:
Autora: **Keila Hötzel**



↑ Tercer Premio:
Autor: **Sebastián Rubiño**



↑ Mención:
Autora: **Verónica Duek**



↑ Mención:
Autora: **Melisa Cebrián**

Entrega de Premios Concursos 2º cuatrimestre 2000

Miércoles 2 de mayo a las 19 hs.
Auditorio, 6º piso.
y
Martes 15 de mayo a las 19 hs.
Auditorio, 6º piso.

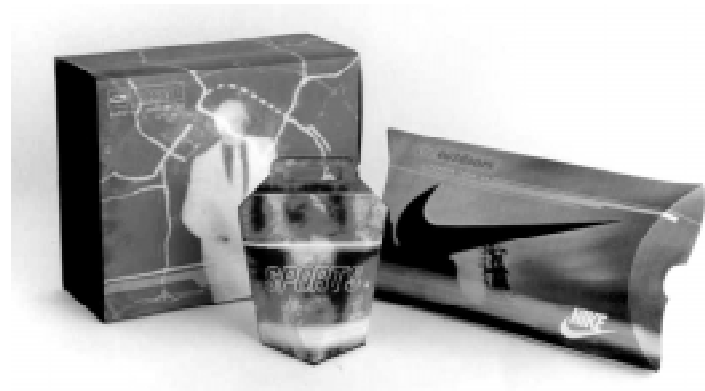
Dentro de la cursada de sus asignaturas y en una metodología de simulacro profesional, los estudiantes de la Facultad realizan trabajos reales para situaciones reales.

Estos trabajos, más allá de su evaluación por el docente, se integran a concursos en los que participan estudiantes de distintos cursos.

La Facultad muestra, orgullosa, el nivel de producción alcanzado por sus alumnos en distintos años de sus carreras.

Los trabajos incorporados en esta páginas corresponden a concursos realizados durante el segundo cuatrimestre 2000. En d&c mayo se publicarán el resto de los concursos.

Concurso: New pack. Diseño de packaging.



Primer Premio:
Autor: **Carolina Sanz**



Segundo Premio:
Autor: **Gabriela Roldán**



Tercer Premio:
Autor: **Alejandro Shin**

Concurso: Imagen jurídica. Diseño de marca.



Primer premio
Autora: **Claudia Biello**

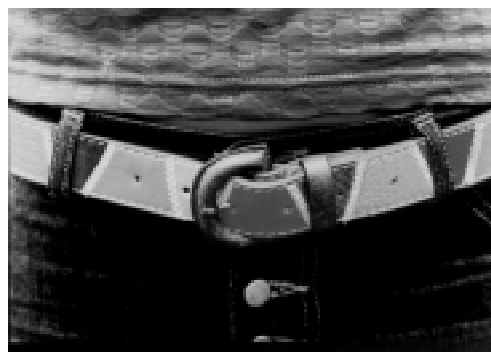
Concurso: El producto en imágenes. Fotografía de modelos.



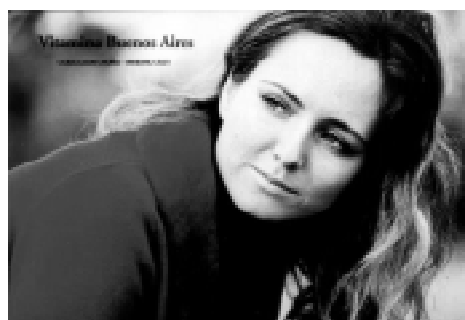
Primer premio (compartido)
Autor: **Ignacio Montemurro**



Primer premio (compartido)
Autor: **Leandro Ulisse**



Segundo premio:
Autor: **Natalia Córdoba**



Mención:
Autora: **María Inés Gándara**



Tercer premio:
Autor: **Gabrila Cerino**

Qué hacen nuestros estudiantes?

Nicolás Szejfman, Diseñador Gráfico. Trabaja en A&CI – Arquitectura y Comunicación Internacional y **Carla Paola Urabayen**, Licenciada en Publicidad. Trabajó en la agencia de publicidad Consumer Excepcional Nazca Saatchi&Saatchi de Costa Rica.

A continuación se transcriben fragmentos de las entrevistas a Nicolás y Carla.

Nicolás Szejfman

Diseñador Gráfico (UP). Trabaja en A&CI – Arquitectura y Comunicación Internacional.

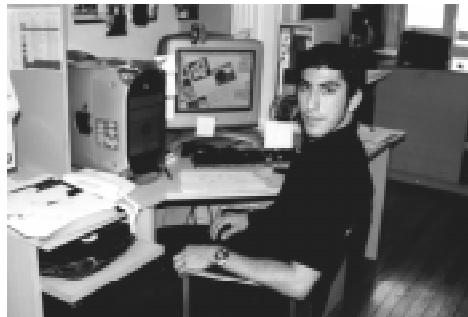
“ Soy diseñador gráfico en el departamento de imagen. Diseño gráficas para sistemas de exhibición publicitaria, diseño de papelería, folletos y publicidades de la empresa. Viajo al exterior (como Asesor de Identidad Corporativa) a cumplir tareas de implantación e implementación de imagen corporativa de Telefonica Móvil en Chile y en México, incluyendo diseño de packaging de teléfonos celulares, blisters y tarjetas telefónicas.

Por ahora, tengo la posibilidad de crecer profesionalmente con mas conocimientos y experiencias. (...)Me anoté en la bolsa de trabajo de la facultad, tuve una entrevista (preselección) y luego me llamaron para una segunda entrevista en la cual me tomaron.

Muchos conocimientos y conceptos adquiridos en la Facultad me han servido para resolver problemas de diseño en la empresa.

También me sirvieron cursos que hice como fotografía, que me aportaron mucho.

(...)Mi secundario era un colegio con orientación artística y allí hacía muchas cosas de diseño gráfico, y me decidí por la Facultad de Diseño y Comunicación de Palermo porque me la



Nicolás Szejfman en A&CI – Arquitectura y Comunicación Internacional.

recomendaron.

A los estudiantes que quieren empezar a trabajar les recomendaría que se anotaran en la bolsa de trabajo. Que si van a una entrevista y les va mal, que no se bajoneen, que trabajen y se esfuerzen por mejorar los puntos flacos de cada uno.

Que traten de adquirir todos los conocimientos que puedan, para que tengan mas posibilidades de competir.

Que preparen una muy buena carpeta de presentación, que tengan en cuenta que con ella se presentan a una persona que no los conoce, y muchas veces ese es el único contacto que tienen en las empresas para conocernos.”

Carla Paola Urabayen.

Licenciada en Publicidad (UP). Trabajó en la agencia de publicidad Consumer Excepcional Nazca Saatchi&Saatchi de Costa Rica

“Quisiera comentarles mi experiencia en el exterior más allá de que actualmente no me encuentre trabajando allí, ya que me ha aportado un crecimiento muy grande en mi carrera. Mi cargo era el de Ejecutiva de Cuentas en la agencia de publicidad Consumer Excepcional Nazca Saatchi&Saatchi, en la ciudad de San José de Costa Rica. Me encargaba de las cuentas de Panamco (es la embotelladora de Coca-Cola para todo Centroamérica) para el producto Alpina (agua mineral); ICE (Instituto Costarricense de Electricidad); Laboratorios Ariana para los productos de cosmética Revlon, CoverGirl y Max Factor y para el aceite Ideal; Riviana Pozuelo (empresa tica más importante de elaboración de galletitas). También participé de investigaciones de mercado para Riviana Pozuelo y Burger King. Haber trabajado afuera me permitió mejorar mi currículum y en consecuencia amplió mis posibilidades en el mercado local. Los profesionales de todas las disciplinas están atravesando un duro momento, y lo que menos abunda son las propuestas laborales, pero una forma de luchar contra ello es la capacitación, por eso hay que considerar la posibilidad de continuar con otros estudios que nos permitan ser cada vez mejores profesionales.

A Consumer ingresé por medio de mi hermano que se encontraba viviendo en Costa Rica desde hacía un tiempo y trabajaba en otra de las empresas (Distribuidora Pedro Oller) que pertenecen al mismo dueño y actual presidente de la agencia, Jorge Oller.

De la Universidad me sirvió la teoría. Sin ella es

imposible discutir ciertos temas con propiedad o elaborar documentos con solidez conceptual. Inevitablemente la parte práctica se obtiene sobre la marcha, ya que aunque se parecen mucho, no todas las agencias son iguales. Consumer es una agencia que hace tiempo comenzó a trabajar con una estructura de células (como se suele organizar la agencia actualmente) que difiere bastante de la forma de trabajo que tienen aquellas que aún siguen divididas por departamentos.

Hice la carrera de Licenciatura en Publicidad. En un primer momento comencé la carrera porque me gustaba todo lo relacionado a la producción audiovisual y la creatividad. Pero luego me di cuenta que lo que más me apasionaba era la atención de cuentas, es decir el contacto directo con el cliente y todo lo que implica el inicio y seguimiento de un nuevo proyecto.

Lo que les aconsejo es que empiecen a trabajar mientras que están haciendo la carrera; el esfuerzo es grande porque las veinticuatro horas del día parecen no alcanzar, pero vale la pena intentarlo ya que facilita en gran medida la posterior inserción laboral una vez que se obtiene el título. Esta es una carrera en la que la experiencia se valora mucho, por eso cuanto antes se empiece mejor.

Hay muchas agencias que ofrecen la posibilidad de hacer trainings, que a pesar de no ser rentados, les dan la posibilidad de ir armando un camino en el ambiente laboral.

Quienes estudian esta carrera tienen la posibilidad de trabajar en agencias de publicidad y en cualquier empresa dentro del departamento de comunicación o marketing. O bien se puede trabajar de forma Free Lance.

Un buen publicitario tiene que tener una cultura general muy extensa que le permita desarrollarse en cualquier área.”

Entrevista: Romina Pinto

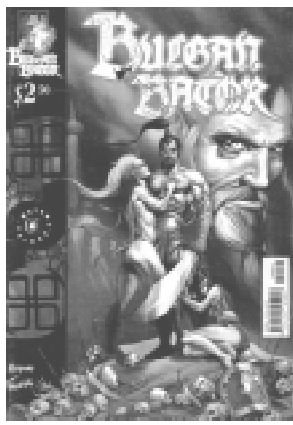
MESA REDONDA

Diseño de Historietas

El 26 de marzo se llevó a cabo una Mesa Redonda coordinada por el profesor Falcone integrada por destacados historietistas.



Tapa de Comiqueando, revista dirigida por Andrés Accorsi



Tapa de Bulgan Bator de Emiliano Mariani

En esta ocasión, en que se presentó el Programa de Capacitación en Diseño de Historietas que ofrece la Facultad, expusieron:

Andrés Accorsi

Director de la revista “Comiqueando”, decana en la crítica y análisis del comic. Docente de la Escuela Argentina de Historietistas y conferencista mundialmente reconocido en el campo del “novenno arte”.

Emiliano Mariani

Guionista y dibujante de la saga de fantasía heroica “Bulgan Bator”. Fondista del “Cazador” y miembro de la Asociación de Historietistas Independientes.

Horacio Moreno

Especialista en literatura fantástica. Editor del periódico “Samizdat”, la revista especializada “Else Worlds” y la revista de aventuras “Caballero Rojo” y coorganizador de Fantabaires.



De izquierda a derecha: Horacio Moreno, Pablo De Santis, Jorge Falcone, Emiliano Mariani y Andrés Accorsi

Pablo De Santis

Autor de las novelas “Filosofía y Letras” (publicada también en España e Italia) y “La Traducción (finalista del Premio Planeta 1997). Entre sus novelas para adolescentes se cuentan “Desde el ojo del pez”, “Las plantas carnívoras”, “Pesadilla para hackers”, “Enciclopedia en la hoguera” y “Páginas mezcladas”.

En el campo de la historieta ganó en 1984 el Premio al Mejor Guión otorgado por la Revista “Fierro” de la luego sería Jefe de Redacción. Publicó el álbum “Rompecabezas”, recopilación de su obra conjunta con el dibujante Max Cachimba. Acaba de realizar una magistral adaptación al comic de la novela “La ciudad ausente”, de Ricardo Piglia, ilustrada por el artista Luis Scaffati. Escribió además los ensayos “Rico Tipo y las chicas de Divito”, “Historieta y política en los 80s” y “La historieta en la edad de la razón”.



Isologotipo del diario Samizdat dirigido por Horacio Moreno

Programa de Asistentes Académicos

En el marco del Foro del Programa de Desarrollo Académico, la Prof. Victoria Bartolomei expuso las características, objetivos y metodología de trabajo del Programa de Asistentes Académicos que, perteneciente al Área de Desarrollo Curricular, constituye una actividad que contempla la formación pedagógica del asistente de cátedra.

A continuación se transcribe el texto de la Profesora Bartolomei.



¿La ciencia y la técnica se han convertido en la principal fuerza productiva y de desarrollo del actual momento histórico. En este contexto, la universidad como institución cobra una importancia estratégica, ya que de ella depende en gran medida la formación del capital humano indispensable para el progreso de una comunidad. Llevar a cabo adelantos en el terreno de la investigación y brindar un servicio educativo de alta calidad provoca un efecto social multiplicador. Recuperar el prestigio de tan honorable institución, y optimizar su función en países en crecimiento como el nuestro, es verdaderamente una tarea harto, dificultosa y conflictiva. Ciertamente dentro de la comunidad mencionada, muchos son los factores y grupos interesados, (y además, responsables), de que la misión y objetivos de la universidad dentro de la comunidad que la sustenta, se realicen. Según desde la perspectiva en que observemos la cuestión podemos llegar a dos conclusiones no antagónicas pero sí opuestas. Esto es: ó "aquí no hay nada que hacer", ó "aquí esta todo por hacerse".

El nacimiento de este proyecto, surge como respuesta a esta segunda mirada.

Nacimiento planteos y evolución del proyecto

El Programa de Asistentes Académicos nace tímidamente, como un proyecto de trabajo en 1995, es decir que este año entraremos en el séptimo año de existencia. Mucha agua ha corrido bajo el puente, y hoy podemos decir que su permanencia y consolidación, se deben en gran parte a la reformulación constante del proyecto, según las necesidades que la realidad circundante y el propio programa demandaban como cambio. *Se generó así un círculo vital en el que la permanencia y continuidad en el tiempo permite medir resultados, y rectificar o ratificar el rumbo propuesto, situación que a su vez le permite seguir creciendo.*

El Programa de Asistentes Académicos, como todo proyecto es evaluable y permite el análisis desde múltiples aristas: Contenidos, funcionamiento, actores comprometidos, objetivos, misión, historia etc.

Algunas de estas variables han sido analizadas en otras instancias de reunión. Hoy la propuesta pasa por reseñar sintéticamente las instancias atravesadas que convierten a este proyecto en algo que fluye y cambia pero que mantiene su unidad gracias a que intentamos un sustento metodológico que le otorgue organicidad y coherencia (o por lo menos se trabaja en ese sentido)

Nacimiento del proyecto

Como todo proyecto se partió de la base de detectar una necesidad. El punto siguiente fue convertir esa necesidad en un proyecto.

Que necesidades fueron las que originaron como respuesta el diseño del programa de asistentes académicos?

- **Necesidad:** Jóvenes que deseaban iniciarse como asistentes de cátedra.
- **Proyecto:** crear un marco pedagógico de referencia que los guíe y contenga. Donde un marco contenedor en lo teórico, técnico y operativo hiciera menos traumático y mas efectivo el inicio de la actividad docente en el claustro universitario.
- **Necesidad:** alumnos avanzados y egresados que deseaban enriquecer su formación universitaria tanto teórica como humana.
- **Proyecto:** instituir una alternativa que permitiera el acercamiento a la teoría y la práctica del campo disciplinar elegido desde otro enfoque al proponer una actividad vincular con sus pares y profesores y revisar sus saberes desde la mirada docente.
- **Necesidad:** alumnos y egresados de obtener un atributo que los capacite en una actividad laboral
- **Proyecto:** la posibilidad de realizar una primera experiencia docente como antecedente curricular, para una futura y posible salida laboral.

Desde la institución

- **Necesidad:** incorporar paulatinamente alumnos avanzados y egresados en la coordinación de actividades prácticas y docentes como así también en investigación, extensión y otras tareas académicas.

Coordinación del programa

Necesidad: Fundamentalmente revalorizar en teoría y práctica la tarea docente a nivel universitario. para cumplir con los compromisos humanos éticos y sociales que se apuntaron a comienzos de esta charla. El gran desafío fue comenzar con la tarea, desde este pequeño espacio de labor.

En que consiste el programa

Programa de Asistentes Académicos. Alumnos avanzados y egresados se acercan a la tarea docente desde un lugar diferente al que siguió la mayoría de los hoy Profesores universitarios. El programa consiste básicamente en la práctica en aula de la asistencia al grupo de alumnos y a el docente de cátedra, y en encuentros quincenales con la Coordinadora del programa, donde se trabaja sobre tres ejes fundamentales: A) Soporte técnico teórico en cuanto a trabajar la temática específicamente pedagógica de aplicación inmediata. B) Desempeño de tareas específicas como asistente en aula o fuera de ella. C) Roles y vínculos (de fundamental importancia en estos jóvenes cuyo lugar su ubica entre el profesor y el alumno).

Alternativas metodológicas

En sus seis años de existencia el programa pasó alternativas diversas .

- **Comienzo limitado:** Empezó como un curso de extensión universitaria con un grupo reducido de alumnos 9 alumnos y dos profesores a cargo. Todos estábamos aprendiendo es interesante citar que el programa surgió a partir de una necesidad, pero con el tiempo se constituyó en si mismo en una necesidad para la rutina de la comunidad educativa. El egreso creció a 23 alumnos por promoción.

• **Conformación heterogénea de los grupos:** La particular conformación de los grupos de asistentes obliga a realizar continuamente ajustes estratégicos de acción, de temática etc. Decimos particular porque allí se reúnen alumnos y egresados, jóvenes y adultos con y sin experiencia laboral, de distintas carreras, esto convierte al programa en algo vivo y cambiante, (y por cierto extenuante para la coordinadora.) sin embargo el desafío consiste en respetar la heterogeneidad del grupo sin perder de vista los objetivos y la propuesta general del programa.

- **Crecimiento en el tiempo:** Otro aspecto que obliga a una revisión constante del mismo, es que a lo largo de los años el curso se ha tornado más sólido en la cantidad, calidad y sistematicidad de sus contenidos, no obstante debe mantenerse dentro del marco regulador de saberes pertinentes a la formación de Asistentes académicos. Con esa función específica.
- **Crecimiento en el espacio:** Educación a distancia. Alumnos que completaron su curso desde el exterior y el interior de país. Con la adecuación que ello implica.
- **Crecimiento en la currícula universitaria:** Materia electiva. Desde el año 2000 es posible cursar los módulos teórico prácticos como materia electiva. Se comprende que se debe conciliar en un mismo espacio/ tiempo, las necesidades y requerimientos de quien hace un curso de extensión con quien hace una materia de grado.

Objetivos propuestos cumplidos

- **Conocimiento del proyecto:** Hoy muchos docentes piden tener un asistente en aula, hoy son cada vez más los alumnos y egresados que se acercan al programa. De esta manera de a poco, la figura de asistente se convierte en alguien familiar y necesario para la comunidad universitaria.
- **Despierta vocaciones docentes.** Los asistentes aprenden que el verdadero arte de enseñar a nivel universitario es mucho mas que poseer un considerable bagaje de conocimientos de la ciencia a enseñar, jerarquizan la función del profesor universitario.
- **Calidad de aprendizaje:** Mejora al asistente en su rol de alumno, aprende mejor porque entiende la experiencia educativa desde "el otro lugar"
- **Inserción laboral:** Se encuentra al cabo de un año con posibilidades de índole laboral. De hecho tanto la UBA como universidades privadas cuentan con docentes egresados de este curso.
- **Autoconocimiento:** La respuesta y los resultados de esta experiencia inédita dentro del ámbito universitario resulta altamente positiva tanto desde la formación, el autoconocimiento y desarrollo personal de los asistentes como desde el plano estrictamente docente.

¿Que objetivos están en vías de lograrse?

- Ciertamente lo que mas arriba se consigna como un logro, también lo proponemos como una meta más ambiciosa. Mayor difusión del programa, conocimiento y aceptación de la figura del asistente por alumnos y profesores. Esto posibilitaría: Incrementar el numero de asistentes, Incrementar la participación de los docentes. Afianzar la figura del asistente. Acrecentar el reconocimiento institucional de índole laboral a los asistentes egresados.

- El valor de la cultura hoy:
Para terminar, cito a Fernando Savater:
"...La educación es de tal manera una cuestión esencial que casi no hay ámbito social que no esté implicado. Enseñar a pensar no es una cuestión más. Es esencial debatir que valores deben ser transmitidos o cómo se enseña el pensamiento crítico. De como resolvamos éste problema, dependerá en buena parte., el mundo en que viviremos."

Computación Gráfica 2001 Abril

• **PHOTOSHOP** (1º parte)
Programa de retoque fotográfico e ilustración, en este módulo, las herramientas básicas y los primeros pasos.

Lunes 9, 16, 23 y 30 de abril de 11.15 a 13

• **PHOTOSHOP** (2º parte)
En este módulo, las herramientas avanzadas y su complementación con otros programas de diseño.

Lunes 9, 16, 23 y 30 de abril de 14 a 15.30

• **PAGE MAKER**
Programa de diseño editorial y autoedición, en este único módulo, las herramientas y opciones en general para diagramar revistas y páginas múltiples.

Martes 3, 10, 17 y 24 de abril de 11.15 a 13

• **DREAMWEAVER**
Programa de diseño de sitios y páginas web, en este único módulo, las herramientas y opciones en general.

Miércoles 4, 11, 18 y 25 de abril de 11.15 a 13

• **FLASH**
Programa de diseño vectorial y animación en 2D, en este único módulo, las herramientas y opciones en general.

Miércoles 4, 11, 18 y 25 de abril de 14 a 15.30

• **ILLUSTRATOR**
Programa de diseño vectorial e ilustración, equivalente al COREL, en este único módulo, las herramientas y opciones en general.

Miércoles 4, 11, 18 y 25 de abril de 15.30 a 17

• **Personalización de Sitios WEB**
Módulo de aprendizaje de programas complementarios para realizar los objetos que se aplicarán en un diseño Web, tratamiento de imágenes GIF y JPG en Photoshop, Gif animados en Gif Animator, Cool 3D y Flash, sus herramientas y opciones en general.

Miércoles 4, 11, 18 y 25 de abril de 17 a 18.30

• **PREMIERE**
Programa de edición y montaje de video digital, en este único módulo, las herramientas y opciones en general.

Jueves 5, 19, 26 de abril y 3 de mayo de 11.30 a 13

• **COREL** (1º parte)
Programa de diseño vectorial e ilustración, en este módulo, las herramientas básicas y los primeros pasos.

Jueves 5, 19, 26 de abril y 3 de mayo de 14 a 15.30

• **COREL** (2º parte)
En este módulo, las herramientas avanzadas y su complementación con otros programas de diseño.

Jueves 5, 19, 26 de abril y 3 de mayo de 15.30 a 17

• **FLASH**
Viernes 6, 20, 27 de abril y 4 de mayo de 17 a 18.30

• **PHOTOSHOP** (1º parte)
Viernes 6, 20, 27 de abril y 4 de mayo de 19 a 20.30

Horario de Consulta de computación gráfica del prof. Walter Martinez:

- Lunes de 10 a 11
- Miércoles de 9 a 11
- Viernes de 10 a 13

Informes e inscripción:
Facultad de Diseño y Comunicación
(Coordinación, 2º piso). Tel: 4964-4500 int. 1510
e-mail: fadc@palermo.edu.ar
Los cursos se realizarán en la sede Palermo I, Mario Bravo 1302.

Reseñas Bibliográficas

Programa de análisis y actualización bibliográfica que se realiza entre la Biblioteca de la Universidad de Palermo y los docentes de la Facultad de Diseño y Comunicación coordinados por la profesora Susana González.

Los libros están disponibles en la Biblioteca de la Universidad de Palermo: Mario Bravo 1259, tel 4964-4680
Horario de atención: Lunes a viernes de 8 a 22, sábados de 9 a 14.

DIGITAL DESIGN. The new computer graphics. Rockport Publishers.

Comentado por María Laura Spina

Gloucester, Massachusetts. (741.6 DIG)

El Diseño Digital ha expandido en los últimos años el mundo del Diseño Gráfico. Los diferentes softwares han permitido la representación gráfica de manera innovadora. En este libro se podrá observar la variedad de proyectos presentados, packagings, brochures, arte, folletería en general, identidad corporativa y material de promoción pertenecientes a diseñadores renombrados a nivel internacional.



En estas páginas se encuentra toda la información necesaria para saber cómo se desarrolla un diseño digital, desde el hardware utilizado hasta el software aplicado y las necesidades del cliente.

La computadora es una herramienta, se utiliza para optimizar recursos, simplifica procesos y permite crear con otras posibilidades. Ha revolucionado el mundo del diseño y con la reciente proliferación de la multimedia ha generado cambios radicales a nivel industrial. La interacción entre los diferentes softwares introduce al diseñador en un nuevo campo, en un nuevo lenguaje aunque debe tenerse en cuenta que el uso de lo digital no es garantía de que el producto creado sea el producto utilizado posteriormente.

Es especialmente recomendado para los alumnos de las carreras de Diseño Gráfico y Lic. en Publicidad.

CONVIVIR CON LA TELEVISIÓN. Familia, educación y recepción televisiva

Comentado por Willy Mealla

Autor: Aguaded, José Ignacio
Barcelona, Paidós Iberoamérica, 1999.
(302.234 AGU)

Doctor en Psicopedagogía, maestro y licenciado en Ciencias de la Educación y Filología Hispánica, Aguaded afirma que muy posiblemente en un futuro se etiquete a nuestra sociedad como la "era televisiva". En este libro, el autor plantea que "convivir" con la televisión de una manera inteligente y racional, supera el mero hecho de su consumo indiscriminado y es preciso indagar en la necesaria formación de los telespectadores.



En este trabajo el medio es analizado desde el punto de vista de la educación y está dividido en tres partes: La primera desarrolla los

contextos mediacionales e interaccionales en la educación para la televisión, cuyo eje es la familia que se constituye en el centro de visionado primario. Allí el autor enuncia un planteo de normas de los padres hacia los hijos para un aprovechamiento educacional del medio. La segunda parte se centra en la integración curricular de la televisión en el aula partiendo de la alfabetización audiovisual como medio de análisis y conocimiento. Por último en la tercera parte nos habla de la educación de los telespectadores y los programas de formación que apuntan al desarrollo de la percepción, análisis y lectura crítica del medio televisivo en el contexto del aula. Profuso en citas bibliográficas, este libro parece especial para educadores, sociólogos, psicopedagogos y analistas de medios de comunicación. En lugar de caer en el enfrentamiento estereotipado: televisión vs. escuela, Aguaded propone una sinergia entre ambas y sintetiza: "Educar a ver televisión supone integrarla de forma planificada en el curriculum escolar, consiguiendo la necesaria simbiosis de hacer <educativa> la tele y <comunicativa> la escuela."

LA REVOLUCION DEL VIDEO

Comentado por Jorge Luna Di Palma

Ferla, Jorge La (comp.). Buenos Aires: Oficina de Publicaciones del CBC, 1996. (302.234 REV)

Entre los días 11 y 17 de noviembre de 1996 se realizó en el Centro Cultural Ricardo Rojas la "Primera Muestra Euro-Americana de Videoarte", organizada por la Universidad de Buenos Aires, la Embajada de Francia en la Argentina, El I.C.I. y el British Council, proyectándose en la misma cantidad considerable de trabajos de realizadores locales y extranjeros, sirviendo a la vez de espacio de encuentro y reflexión de críticos y personalidades interesadas en la investigación artística de esta vertiente alejada de la industria televisiva y al cine como comercialmente se lo conoce.



Es justo señalar la escasa difusión con que han contado los realizadores de videoarte en la Argentina desde sus inicios por los años ochenta. Es por ello bienvenida esta compilación de textos que nos ofrece La Ferla con motivo de dicho evento, en los que intervienen artículos sobre los pioneros (Nam June Paik y Wolf Vostesell) hasta nuestros días con David Larher y Francisco Ruiz de Infante, presentes en el encuentro. También los nacionales Farji, Real, Lascano y Caldini encuentran su lugar de la mano de curadores, críticos y docentes como Graciela Taquini, Eduardo Russo y Fernando Dopazo.

El análisis de las formas que toma el video experimental en cada región según sus necesidades sociológicas y culturales, una aproximación a un Eisentein que prelude el futuro de la imagen digital a partir de su proyecto de "La casa de vidrio" y un ensayo sobre el sonido en cine y en video constituyen textos por demás inquietantes.

Un libro saludable para los interesados en la búsqueda de nuevas formas expresivas de generar imágenes y relatos a través de la electrónica y el arte digital. Una panorámica, varias reflexiones, un acercamiento mas íntimo hacia una vertiente que aun no cuenta con un apoyo y un respaldo masivo en nuestro país.

VENDA LO INVISIBLE

Comentado por Alejandro Guarrera

Autor: Beckwith, Larry

Los servicios no se ven, entonces cómo venderlos? Este libro contiene sugerencias concretas.

Cuando no se trabaja con un producto sino con servicios, son solo promesas, ofrecemos y vendemos intangibles, ni siquiera existen cuando uno los compra.

Esta obra contempla el problema central de la comercialización de servicios pero por sobre todas las cosas descubre los principios fundamentales de la mercadotecnia de servicios: definir a qué negocio nos dedicamos en realidad, qué tipo de personas usan nuestro servicio, entender a los clientes potenciales y su comportamiento de compra.

La nueva mercadotecnia según el autor es más que una forma de hacer las cosas, es una manera de pensar. Es comenzar con la comprensión de las características distintivas de los servicios y de la naturaleza única de los clientes potenciales y usuarios.

Basado en 25 años de experiencia, el autor narra estrategias rápidas y fáciles de aplicar.



COMO HACER UNA TESIS

Comentado por Haydeé Livschitz

Autor: Sabino, Carlos (001.43 SAP)

La elaboración y redacción de una tesis es una labor ardua para estudiantes, profesores y profesionales que deban realizarla. Carlos Sabino en esta nueva edición de su libro **Como hacer una tesis**, nos conduce paso a paso, de manera ordenada y con una escritura clara en el camino de elaboración y redacción de todo tipo de trabajo científico y académico. En sus páginas realiza una descripción detallada del proceso que nos lleva a realizar correctamente esta tarea.

El libro se divide en dos partes, la primera compuesta por cuatro capítulos, se titula "los trabajos científicos", el autor hace una descripción de los diferentes tipos de trabajos



científicos que se pueden desarrollar y describe sus estructuras y características.

La segunda parte está referida directamente a los aspectos prácticos y operativos, nos expone a las técnicas y métodos mas recomendables para su realización.

Este libro no es un tratado sobre metodología, sus paginas nos hacen recorrer de manera detallada el proceso que nos permite llegar de manera fácil y correcta a la realización de estos trabajos que tantas veces en nuestra labor como profesionales debemos enfrentar.

Este autor también ha escrito otros libros que completan, a quien se encuentre atraído por este tema, El proceso de Investigación y Los caminos de la ciencia.

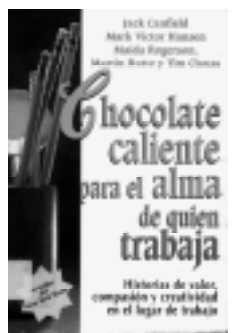
Su lectura es recomendada para todo aquellos que se enfrentan a la realización de una tesis u otro trabajo científico.

CHOCOLATE CALIENTE PARA EL ALMA DE QUIEN TRABAJA

Comentado por Violeta Villar

Autores: Jack Canfield, Mark Victor Hansen, Maida Rogerson, Martin Rutte y Tim Clauss.
Grupo editorial NORMA. Florida, USA, 1996.
(658.314 CHO)

"El trabajo es una parte integral de nuestra vida y nos ofrece un mundo de experiencias diferentes. Apoyémonos los unos a los otros, haciendo que el trabajo que realizamos nos proporcione satisfacciones, recompensas y contribuya al bien de todos. Como dijo santo Tomás de Aquino: 'No hay felicidad en la vida si no hay felicidad en el trabajo'".



Desde esta visión de los autores, todos conferencistas profesionales que han dedicado su vida a ampliar el desarrollo personal y profesional de los demás, se cuentan historias relatadas por disímiles trabajadores: profesores, ingenieros, carpinteros, artistas, amas de llaves, etc. ocurridas en sus lugares de trabajo. Estas historias, divididas en nueve capítulos, nos hablan del coraje diario, del poder del reconocimiento, nos sugiere seguir las corazonadas, promover la creatividad, muestra cómo superar obstáculos, y por último lecciones y enseñanzas de las relaciones laborales.

Es un texto ameno, que puede ser utilizado de muchas maneras: como una buena lectura que incite a la reflexión, para compartir con compañeros de trabajo o como alivio cuando nos sentimos deprimidos y cansados de la rutina que, a veces, nos imprime nuestra labor diaria. Ofrece historias divertidas y palabras de ánimo para nutrir la vida interior, con frecuencia desdeñada en los sitios de trabajo.

Este libro es apropiado para aquellos alumnos interesados en las relaciones humanas y laborales, y también para cualquier trabajador que, seguramente, encontrará alivio y alegría en esta rica colección de experiencias de todas partes del mundo.

Todas las opciones de capacitación en Diseño y Comunicación

En respuesta a las renovadas demandas del mercado y a las posibilidades de tiempo y esfuerzo de los estudiantes, enmarcado en su plan de desarrollo, la Facultad ha creado nuevas formas académicas de capacitación en el campo del Diseño y las Comunicaciones.

Así, además de las carreras que dicta, ha incorporado **Programas de Capacitación Profesional** (2 años, 3 ó 4 asignaturas por semana), **Programas de Capacitación Técnica** (1 y 2 años de duración, 2 asignaturas por semana) y los **Cursos de Capacitación** (cuatrimestrales, 1 vez por semana) básicos y de perfeccionamiento.

Se tratan de opciones de diferente nivel y duración que permiten personalizar la formación profesional universitaria, cursando carreras o avanzando en etapas sucesivas.

En los números anteriores de d&c se presentaron los Programas de Capacitación Profesional: E-Design, Diseño de Historietas, Guión y Promoción Publicitaria. A continuación se presentan los Programas de Capacitación Técnica. Para mayor información acercarse a la Coordinación de la Facultad de Diseño y Comunicación, Mario Bravo 1050, 1º piso o a Informes: Córdoba 3501, esq. Mario Bravo.

Programas de Capacitación Técnica

Los Programas de Capacitación Técnica están dirigidos a quienes requieren una formación básica para acceder o mejorar su situación en el campo laboral que hoy ofrecen las diferentes áreas del diseño y las comunicaciones en nuestro país. Estos programas forman asistentes técnicos para colaborar con profesionales, estudios, agencias, productoras, medios y capacitan para realizar en forma independiente trabajos de baja complejidad.

De Asistente Técnico a Profesional Universitario

Hasta ahora, una de las limitaciones que desalentaba a quienes deseaban comenzar o continuar su formación a través de cursos de capacitación técnica, era que los mismos no se

integraban a una carrera y no permitían acceder más adelante, a un título universitario.

Frente a esta necesidad, los cursos de los Programas de Capacitación Técnica son reconocidos por las carreras de la Facultad de Diseño y Comunicación. Así, no cierran la puerta de una carrera universitaria a quienes los realicen, sino que por el contrario, se plantean como el primer paso de una formación universitaria de grado, que a su vez permite el acceso a maestrías en el país y en el exterior.

Estos programas responden a las demandas de un creciente sector de la población que desea adquirir una formación técnica para simultáneamente colaborar con su ubicación laboral y abrir las posibilidades de una carrera profesional que reconozca lo cursado.

Organización de los Programas

Cada programa consta de dos módulos de

capacitación de un año de duración cada uno y de un *Seminario de Integración*, de un mes. Cada módulo está compuesto por cuatro asignaturas cuatrimestrales, que se cursan dos veces por semana. El primero, de nivel introductorio, se denomina *Módulo Técnico* y el segundo *Módulo Proyecto*.

Para cursar el *Módulo Proyecto* se requiere tener cursado el *Módulo Técnico*, así como para realizar el seminario, es necesario aprobar ambos módulos.

Los estudiantes que cursen estos programas tienen las mismas condiciones que los demás en relación a modalidades de cursada, exámenes finales y correlatividades, a efectos que las materias les sean reconocidas como válidas si quieren continuar los estudios para alcanzar el grado de licenciatura.

El Desarrollo de Proyectos

En el *Módulo Proyecto*, el estudiante realiza un trabajo de desarrollo focalizado en un tema de su interés. En este proyecto confluyen los conocimientos y las habilidades aprendidas en el módulo anterior y cada estudiante los aplica en la creación, organización y presentación de un proyecto técnico.

Este módulo se organiza en torno a una asignatura troncal, que se denomina *Proyecto Técnico*, estructurada en dos niveles. Las otras dos asignaturas del módulo son electivas; cada estudiante las selecciona de acuerdo a los requerimientos de su proyecto. A la hora de escoger las materias electivas, el alumno debe tener en cuenta que debe respetar las exigencias de correlatividades vigentes en el plan de estudios de la carrera a la que el Programa de Capacitación Técnica se incorpora. El alumno también puede optar por cursar como electiva una materia perteneciente a otra carrera. En este caso, debe solicitar el asesoramiento de un tutor académico.

En el *Seminario de Integración*, su proyecto es juzgado por un Comité de Evaluación Técnica, formado por un equipo de destacados profesionales que se organiza por disciplina o

área. Además de realizar la evaluación final de cada proyecto, este Comité redacta un acta de recomendación, documento que especifica las fortalezas de cada estudiante y destaca sus aportes significativos en el trabajo desarrollado. Así, el proyecto realizado por cada estudiante y el acta de recomendación respectiva son las mejores herramientas para acompañar su curriculum en las búsquedas laborales.

Los Programas de Diseño y Comunicación

Los Programas que se ofrecen a partir del año 2001 son los siguientes: **Diseño de Interiores, Diseño Gráfico, Diseño de Modas, Diseño de Imagen y Sonido, Diseño Industrial, Televisión, Publicidad y Relaciones Públicas**. Las condiciones de ingreso son las mismas que para las carreras de la Facultad.

Los contenidos de estos programas se pueden consultar en nuestra página web (www.palermo.edu.ar/dyc) o en la coordinación de la facultad y sus asignaturas pueden cursarse con estudiantes de otras carreras.

En las asignaturas *Proyecto Técnico I y II* y en el *Seminario de Integración* participan estudiantes de diversos programas.

En todos los casos, los estudiantes de los programas pueden optar por cursar en diferentes horarios y turnos, de acuerdo a la oferta que realice la facultad en cada ciclo académico.

Fuera de clases, los alumnos pueden realizar prácticas, clases de apoyo y talleres de perfeccionamiento en forma libre y gratuita en los laboratorios de computación y multimedia y en el estudio de televisión de la Universidad de Palermo. Además, pueden participar en todas las actividades paralelas y complementarias, que organiza la facultad, como jornadas de actualización, ciclos de conferencias, work-shops, talleres y pasantías, así como también tienen acceso al servicio de bolsa de trabajo y al uso de la biblioteca.

COMUNICACIÓN Y DISEÑO MULTIMEDIAL II

Nuevos Diseñadores Gráficos



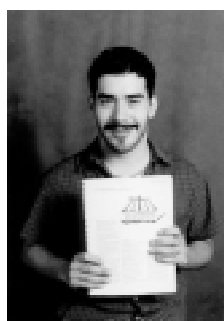
Andrea Alfaro

Tema: Southern Winds, Líneas Aéreas



Paula De Caro

Tema: Asociación Amigos de la Astronomía



Emiliano Dorignac

Tema: Teatro de la Ribera



María Angio

Tema: Buenos Aires 2008, Juegos Olímpicos.



Víctor Arlettaz

Tema: Teatro Colón



María Victoria Gnecco

Tema: Asociación Amigos de la Astronomía



Jimena Chague

Tema: Teatro General San Martín



María E. Fernández

Tema: Buenos Aires 2008 Juegos Olímpicos.

AREA DE DESARROLLO E INSERCIÓN LABORAL

Area de Desarrollo e Inserción Laboral

El Área de Desarrollo e Inserción Laboral vincula a alumnos y egresados con empresas, estudios e instituciones.
Las búsquedas se publican en las carteleras de la Universidad.

Los alumnos interesados pueden llevar su curriculum al Área Laboral.
Mario Bravo 1.050,
Planta Baja, de 9 a 20. Teléfono: 4 964 4662.

Búsquedas Laborales solicitadas entre el 27 de febrero y el 28 de marzo de 2001

Nº	NOMBRE COMERCIAL	BUSQUEDA	FECHA
093	F Y T ARGENTINA	Trainee en Ventas	27/02
094	F Y T ARGENTINA	Telemarketer	27/02
095	DIRECTA PUBLICIDAD	Encargado de Medios	27/02
096	PUERTO WEB S.A.	Diseñador Web	27/02
097	AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO	Asistente de Eventos	27/02
098	CREATIVE CONCEPTS MASSIMO IANNI S.A.	Supervisor/a de Ventas	27/02
101	GRUPO BAPRO S.A.	Telemarketers	28/02
102	CARLOS CORREA	Programador Visual	28/02
104	FADA FARMACOLOGÍA ARG. de AVANZADA	Agente de Marketing Directo	28/02
105	FADA FARMACOLOGÍA ARG. de AVANZADA	Agente Marketing Directo p/ Interior	28/02
107	FADA FARMACOLOGÍA ARG. de AVANZADA	Asistente de Cuentas para Licitaciones	28/02
108	LINEA ZETA	Diseñador Gráfico	01/03
109	GRUPO IRSA	Representante Atención al Cliente	01/03
110	IMAGEN DE INTERACCIÓN	Vendedor/ Ejecutivo de Cuentas	01/03
111	ERNST & YOUNG	Diseñador Gráfico Jr	01/03
112	KATE STUART	Cameraman	02/03
113	Universidad de Palermo, Facultad de Diseño	Diseñador Gráfico	02/03
114	Universidad de Palermo, Facultad de Diseño	Jefe del depto de diseño	02/03
115	OLIVA GOLDBERG-VETERE & ASOCIADOS	Asistente de Auditoría	05/03
116	BRAIN STORMING SRL	Jefe de Planificación y Cuentas	05/03
117	EPSON ARGENTINA S.A.	Marketing Directo/ Atención al Cliente	06/03
118	BEBEMUNDO S.A.	Venta y Promoción	06/03
119	CANAL FOX	Coordinador Jr. Marketing	06/03
120	UNIVERSIDAD DE PALERMO	Diseñador Gráfico	06/03
122	EURO RSCG DESIGN	Director/a Arte Junior	06/03
125	ME DAS UNA S.A.	Asistente de Medios y Marketing	08/03
126	EL COMPACTO	Estudiante de Periodismo/Cine y TV	09/03
128	NORAUTO ARGENTINA S.A.	Responsable de Ventas Automotriz	12/03
129	UNIVERSIDAD DE PALERMO - Bolsa de Trabajo	Asistente administrativo	12/03
130	DEAM SRL	Vendedor	12/03
132	PAN AMERICAN ENERGY LLC	Analista Jr de Sistemas	12/03
134	DISCO SUPERMERCADOS	Estudiantes de Marketing	12/03
137	SUMO	Promoción dirigida	14/03
140	TOMPKINS ASSOCIATES	Marketing	15/03
142	SIGNO GRUPO CREATIVO	Diseñador Gráfico	15/03
143	S&A	Ventas	15/03
146	UNIVERSIDAD DE PALERMO, Facultad de Ciencia y Tecnología	Telefonistas	15/03
147	UNIVERSIDAD DE PALERMO, Facultad de Ciencia y Tecnología	Telemarketers (2)	15/03
149	INGENIERIA APLICADA	Desarrollo comercial del sitio	16/03
150	SANTARSIERO PUBLICIDAD	Diseñador Gráfico	16/03
152	EKI DESCUENTO/FORMATOS EFICIENTES	Pasantía administrativa	16/03
153	LS RRHH	Vendedor	19/03
156	UNIVERSIDAD DE PALERMO, Facultad de Ciencia y Tecnología	Asistente de laboratorio	19/03
157	LS RRHH	Vendedor de productos eléctricos	20/03
158	CREDENCIAL ARGENTINA S.A	Telemarketers	20/03
159	PLUSENERGIA S.A	Oficial de cuentas	20/03
160	NIKE ARGENTINA S.A	Coordinador de muestrasy catálogos	21/03
161	PFIZER S. R.L.	Dirección Regional de Marketing	22/03
163	GRUPO UNO	Componedora de textos	23/03
164	FTS S.A	Operador de cuentas	23/03
165	AMOBAMIEN TO RENO S.A	Asistente Dpto. franquicias	23/03
166	SI A.S.A., Soluciones Informáticas	Ayudante administrativo, recepción	23/03
167	XYZ EDITORA S.A.	Diseñador Gráfico	23/03
168	INTEROP S.A	Desarrollo para herramientas D.W	23/03
170	FUNDACION PROA	Diseñador/a Gráfica	26/03
171	SACERDOTI S.A.	Vendedora	26/03
172	SCI MULTIMEDIA	Diseñador Gráfico Multimedia	26/03
173	SCI MULTIMEDIA	Programación Multimedia	26/03
174	SCI MULTIMEDIA	Representante de área	26/03

Visita a la consultora de Relaciones Públicas Nueva Comunicación

En marzo, alumnas de la carrera de Relaciones Públicas visitaron las oficinas de la consultora Nueva Comunicación, perteneciente al grupointernacional Interpublic.

Además de recorrer distintas áreas de la empresa, las estudiantes tuvieron la oportunidad de conversar con la Lic. Marcela Ibiricu y la Lic. María Belén Millán, ambas directoras de cuentas de la firma. Durante la charla se intercambiaron opiniones sobre la actividad específica de la compañía, el futuro de la profesión y las tendencias emergentes.

La visita forma parte del Proyecto de Desarrollo Académico que dirige el Prof. Roberto Vilarriño y que tiene como objetivo acortar distancias entre la formación y la realidad laboral de los futuros profesionales.

Nueva Comunicación es la consultora de Relaciones Públicas de mayor facturación de Argentina y cuenta entre sus clientes a empresas líderes como Mc Donalds, Coca Cola, La Sereníssima y Citibank, entre otras.

Egresados de Diseño Premiad

Lucas López, de pump diseño, egresado de Diseño Gráfico, fue ganador del concurso organizado por la ADG para la realización del logotipo de la empresa LADE.
Jimena Celis y Javier Bernardo, ya profesionales que han pasado por nuestras aulas en su oportunidad, obtuvieron una mención en dicho concurso.



Sólida en sus formas, la nueva marca de Lade Profesional (autor Lucas López) posee una identidad propia a partir de un letra especialmente dibujada. A pedido de los clientes, los colores continúan siendo el rojo y el negro de la anterior marca, una decisión acertada en función del posicionamiento y nivel de recordación de la empresa.

Fe de erratas:

En el número de marzo d&c en la página 5 en los Premios Estímulo donde dice Leonardo García corresponde Agustín García de Leonardo que también le corresponde el primer premio com-partido del concurso La TV ataca en la página 6 de esa misma edición.

diseño&comunicación

Dirección Editorial: Oscar Echevarría
Redacción: Victoria Sciola
Colaboración de Orlando Aprile
Diseño: María Constanza Togni
Fotografía: Edgardo Díaz

Tirada: 10.000 ejemplares

Universidad de Palermo
Facultad de Diseño y Comunicación
Mario Bravo 1050
Tel: 4964 4640
fadc@palermo.edu.ar
www.palermo.edu.ar