

SUMARIO

- Jornadas Universitarias de Publicidad: La Publicidad en tiempos de crisis página 2
- Seminario de Planificación Estratégica y Táctica de Medios, con Media Planning Group página 2
- Seminario de Publicidad y Consumidor, con el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires página 3
- Conferencia: Procesos avanzados de diseño. A cargo del diseñador italiano Carmelo Di Bartolo página 3
- Conferencia: Imágenes digitales, arte en la computadora página 3
- Workshop de Comunicación Institucional con la consultora Muchnik, Alurralde, Jasper y Asoc. páginas 3
- Información académica: Realización de Trabajos Finales de Grado y Proyectos de Integración página 3
- Talleres de Computación Gráfica. Marzo 2002 página 2
- Evaluación de Tesis. Nuevos profesionales de Publicidad, Relaciones Públicas y Diseño página 4
- Talleres en Palermo TV página 5
- Ciclo de proyecciones en Video: Luz, cámara... tu historia página 5
- Talleres de Computación gráfica página 5
- Estudiantes de la Facultad premiados. Concursos 2001 página 6 y 7
- Programa de Desarrollo Académico: Proyectos desarrollados por docentes de Diseño y Comunicación página 8
- Programa de Desarrollo Académico: Talleres de capacitación para docentes página 9
- Jornadas de Reflexión Académica 2002: Ponencias de las profesoras E. Reza, A. Espector y L. Denegri página 10 y 11
- Ciclo de Talleres OPEN DC abril 2002 página 12
- Información académica
 - Convenio con el Centro Cultural Recoleta
 - Becas a los mejores alumnos
 - Consulta sobre trabajos digitales página 12

La publicidad en tiempos de crisis

VI Jornadas Universitarias de Publicidad

Del 9 al 11 de abril de 2002

Organizadas entre la Facultad de Diseño y Comunicación y Ad Latina

Las jornadas están organizadas por conferencias y mesas redondas, con la presencia de importantes agencias y profesionales del medio. Los temas que se abordarán son: *Las Marcas en tiempos de crisis. El problema de la fidelización; Las Cuentas en tiempos de crisis. Los servicios a los clientes y La Creatividad en tiempos de crisis. Los cambios estratégicos.*

pág. 3



Respuestas creativas en tiempos de cambio

V Jornadas Universitarias de Diseño de Interiores

29 y 30 de mayo de 2002

Organizadas junto a DARA (Decoradores Argentinos Asociados)

El 29 y al 30 de mayo se realizarán en el Auditorio de la Universidad de Palermo las V Jornadas Universitarias de Diseño de Interiores organizadas junto a DARA. Este año a diferencia de los anteriores se reflexionará sobre el desenvolvimiento de los diseñadores de interiores frente a los movimientos del mercado que, con los cambios sociales y económicos del país, generan una nueva realidad.

Para más informes e Inscripción: Tel. 5199-4500 int.1502, 1514, 1530 o por e-mail: consultasdc@palermo.edu.ar



Proyectos y Planificaciones

Talleres para profesores de Diseño y Comunicación

Rebeca Anijovich, directora del área Educación Superior de la Universidad de Palermo, dictó para los profesores de la Facultad de Diseño y Comunicación un taller de proyectos y un taller de planificación durante febrero 2002.

pág. 9



Medios: Planificación Estratégica y Táctica



Seminario organizado por Media Project: Centro de Perfeccionamiento en Medios de la Facultad de Diseño y Comunicación y la Empresa Media Planning Group

Procesos avanzados de diseño



Conferencia a cargo de Carmelo Di Bartolo, diseñador italiano en la Facultad de Diseño y Comunicación.

Martes 16 de abril.

Pág. 3



La Facultad de Diseño y Comunicación, todos los años, en los meses de abril y octubre organiza el ciclo OPEN DC, integrado por talleres y seminarios, libres y gartuitos, abiertos a la comunidad. Los talleres comienzan el 8 de abril.

Más información: última página

Auspicia



Maestría de la UP en Diseño



El 20 de marzo pasado, Norberto Chaves realizó la apertura del nuevo ciclo de la Maestría en Diseño de la Universidad de Palermo. Bajo el marco del convenio firmado entre la Universidad de Barcelona y la Universidad de Palermo, la Maestría en Diseño dictará a lo largo del año diversas charlas y seminarios de perfeccionamiento profesional.



La Publicidad en tiempos de crisis

VI Jornadas Universitarias de Publicidad

Del 9 al 11 de abril de 2002

Organizadas entre la Facultad de Diseño y Comunicación y Ad Latina

En estos nuevos tiempos de crisis se han producido cambios en todos los campos y en todo sentido, repercutiendo directamente en la comunicación. Las marcas optan por dejar de hacer publicidad. El primer análisis que realizan las empresas es si la agencia de publicidad funciona. El segundo punto a considerar es como mantener los clientes. Y por último hay que tener en cuenta que la comunicación cambia, los creativos deben trabajar con nuevos conceptos. Es entonces que cobra un nuevo valor el área de cuentas a través del ejecutivo de cuentas. Se produce un movimiento de energías del área de creatividad al área de cuentas.

A continuación, el programa de las jornadas:

Martes 9 de abril

Las Marcas en tiempos de crisis. El problema de la fidelización

- 10.00 Conferenciante:
Felipe Aja Espil
VOLKSWAGEN ARGENTINA
- 19.00 Mesa redonda:
Máximo Rainuzzo, **RAPP COLLINS**
Salvador Filiba, **MCCANN**
MARKETING DIRECTO
Juan Vicentini, **AD HOC**

Miércoles 10 de abril

Las Cuentas en tiempos de crisis. Los servicios a los clientes

- 10.00 Conferenciante:
Ricardo Fitz Simon,
J.W.THOMPSON
- 19.00 Mesa redonda:
Santiago Olivera, **DDB ARGENTINA**
Gabriel Malonay, **CRAVERO LANIS**
EURO RSCG
Cesar Padilla, **FISCHER ARGENTIN**

Jueves 11 de abril

La Creatividad en tiempos de crisis. Los cambios estratégicos

- 10.00 Conferenciante:
Carlos Pérez, Director de **RATTO/BBDO ARGENTINA**
- 19.00 Mesa redonda:
Leandro Raposo, **J.W. THOMPSON**
Gustavo Kaplan, **DIÁLOGO PUBLICIDAD**
Fabian Bonelli, **LEO BURNETT**
Pablo Poncini, **PRAGMA**

Informes e Inscripción
Actividad libre y gratuita.
Facultad de Diseño y Comunicación.
consultasdc@palermo.edu.ar
5199-4500 ints. 1502, 1513, 1514, 1530



McCANN-ERICKSON ARGENTINA

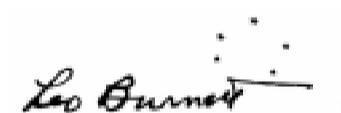


ad|hoc
Buenos Aires



CRAVEROLANIS EURO RSCG

DIALOGO
PUBLICIDAD



PRAGMA / FCB

Medios: Planificación Estratégica y Táctica

Seminario organizado por Media Project: Centro de Perfeccionamiento en Medios de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Empresa Media Planning Group



Inscripción:
Actividad arancelada.
Informes / Universidad de Palermo:
4964 - 4600 informes@palermo.edu.ar
Córdoba 3501, esq. Mario Bravo.

Media Project es un marco dentro del cual la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo integrará a partir de Abril de 2002 diferentes proyectos innovadores, cuyo eje central serán los Medios. A partir de abril y hasta junio, directivos y profesionales de la empresa MEDIA PLANNING GROUP; dictarán tres módulos, una vez por semana, durante tres horas. La actividad será coordinada por el Prof. Martín Stortoni y Ramón Martín Director de Media Planning, quienes estarán dispuestos a colaborar con los aspirantes al seminario para resolver todo tipo de dudas y temas que puedan surgir. El seminario es arancelado y se entregan certificado. Se realiza un día por semana, en el turno noche durante tres meses. Para mayor información: stortor@arnet.com.ar A continuación, el programa correspondiente al primer módulo.

MODULO 1:

El contexto actual de los medios en Argentina. La investigación en medios.

12 de Abril

- **Introducción**
 - Objetivos del seminario. Presentación del claustro docente-profesional. A cargo de: Ramón Martín
- **La función de los medios en el proceso de comunicación.**
 - La evolución de las centrales en el mundo y en Argentina.
 - Panorama de los medios: Los medios y la economía, los medios y la inversión publicitaria, tendencias históricas. A cargo de: Diego Abadé
- **Terminología (I)**
 - Perfil del profesional de medios.

- Conceptos utilizados en medios. A cargo de: Diego Abadé

19 de Abril

- **Terminología (II)**
 - Conceptos utilizados en medios. A cargo de: Diego Abadé
- **Herramientas y fuentes del mercado.**
 - EGM, TGI, Monitor, etc. Aplicaciones.
 - Limitaciones, ventajas y desventajas.
 - "Salidas", informes y reportes reales desde las herramientas.
 - Lectura, interpretación y análisis de los indicadores y reportes. A cargo de: Gabriela Kurincic / Christian Cabak
- **26 de Abril**
 - **Análisis de Competencia Publicitaria.**
 - Fuentes y herramientas.
 - Objetivos.
 - Variables para el análisis de Inversión y Presión Publicitaria.

A cargo de: Gabriela Kurincic / Christian Cabak

- **Análisis del Consumo de Medios (I)**
 - Fuentes y herramientas.
 - Objetivos.
- A cargo de: Gabriela Kurincic / Christian Cabak

3 de Mayo

- **Análisis del Consumo de Medios (II)**
 - Variables para el análisis de la Estructura de Medios.
 - Análisis de TV, Gráfica y Radio. A cargo de: Gabriela Kurincic / Christian Cabak
- **Análisis del Consumidor/Target.**
 - Fuentes y herramientas.
 - Objetivos.
 - Dimensionamiento.
 - Perfil del consumidor.
 - Segmentación. A cargo de: Gabriela Kurincic / Christian Cabak

Procesos avanzados en diseño

Conferencia a cargo del diseñador italiano Carmelo Di Bartolo



Martes 16 de abril, 12 hs.

Con el auspicio del Instituto Italiano de Cultura de Buenos Aires

*Instituto Italiano di Cultura
Buenos Aires*

Actividad libre y gratuita.

Con el auspicio del Instituto Italiano de Cultura de Buenos Aires, nuestra facultad recibe la visita del diseñador y profesor Carmelo Di Bartolo, uno de los diseñadores industriales de mayor trayectoria y reconocimiento hoy día en Italia.

Esta conferencia, está destinada a todos los estudiantes de diseño de la facultad, pero fundamentalmente a los de Diseño de Interiores y Diseño Industrial. Luego de la conferencia, los alumnos, profesores y profesionales del diseño asistentes al evento, podrán dialogar con el diseñador Carmelo Di Bartolo.

CARMELO DI BARTOLO

Diseñador industrial italiano que vive y trabaja en la ciudad de Milán.

Como profesional del diseño industrial ha desarrollado proyectos de investigación y diseño de productos para las firmas FIAT Auto de Turín, Johnson, 3M, Motorola y SONY, entre otras. Se destacan sus trabajos de uso del teflón para la firma Du Pont de Nemours, el diseño de dispensadores de desodorante para la Gillette Co. y los pisos de seguridad de goma para la empresa Pirelli. Es docente en la Facultad de Diseño Industrial del Instituto Politecnico di Milano

y del Instituto Europeo de Diseño, institución de la que fue director. Fue cofundador del Centro Diseño Innovación (Milán, 1998) y fundador y director del Centro de Investigaciones del Instituto Europeo de Diseño. Es también profesor invitado y conferencista en numerosas universidades europeas y de América.

Tiene publicados numerosos libros sobre temas específicos del diseño industrial, como así también diversos artículos en diarios y revistas especializados y de divulgación. El tema principal en su producción investigativa es "Los parámetros para la calidad" aplicables a los productos industriales de uso cotidiano, apuntando siempre a la biodinámica y al confort en el espacio interior del automotor.

Su actividad profesional la desarrolla actualmente como consultor de diseño industrial en FIAT Auto, en el centro de Investigaciones de la empresa FIAT de Turín (Italia). Está especializado en la arquitectura interna, la usabilidad y la ergonomía del automóvil, e investiga sobre la calidad de vida en el espacio interior de los vehículos realizados por la empresa.

Workshop de Comunicación Institucional

Organizado entre la Facultad de Diseño y Comunicación y la consultora Muchnik, Alurralde, Jasper y Asociados.



Se trata de una actividad con formato taller donde se trabajará de forma práctica conocimientos básicos de relaciones públicas. Esta propuesta es adecuada para alumnos de primer y segundo año de Relaciones Públicas o carreras afines, o personas en la actividad laboral en cargos de asistentes o juniors.

Fechas: Lunes 15, martes 16 y jueves 18 de abril de 19 a 21:30 hs.

Primer Ciclo:

Principales herramientas de Relaciones Públicas

Lunes 15 de abril: módulo 1

Relación con la prensa:

- El olfato periodístico: qué les interesa a los periodistas y medios
- Redacción en función de actividades de relaciones con la prensa.
- Similitudes y diferencias con la redacción periodística.
- Armado de una carpeta de prensa (trabajo de taller.)
- Menú de ideas para notas

Martes 16 de abril: módulo 2

Relación con la prensa:

- Desarrollo del discurso corporativo.
- Documentos de preguntas y respuestas (Q&A). Ejes del discurso (Talking Points). Posición de la compañía: Position Paper.
- La entrevista. Ejercicio práctico
- Conferencias de prensa/ encuentros con la prensa

Jueves 18 de abril: módulo 3

- Acciones especiales
- Lanzamientos y eventos
- Viajes de periodistas
- VIP management
- Esponsoros
- PR Management

Para más información o inscripción: Tel. 5199-4500 int. 1502, 1514, 1530 o por mail a consultasdc@palermo.edu.ar.

Actividad libre y gratuita.

I Seminario de Publicidad y Consumidor

Miércoles 15 de mayo, 18.30 hs.

Organizado con el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

gobBsAs

El objetivo de este seminario, de carácter libre y gratuito, es generar un espacio de reflexión en el ámbito académico para debatir la relación que debe existir entre la Publicidad y los Consumidores (principales receptores de aquella). Asimismo, se disertará sobre el marco legal de la Publicidad – Lealtad Comercial y Defensa del Consumidor del GCBA y COMFER, y sobre la autorregulación de la Publicidad.

Con la coordinación académica del Dr. Jorge Surín, este seminario abordará los siguientes temas:

- Políticas de Estado sobre el control de la Publicidad
- Publicidad y Consumidor. Integración y Autorregulación.

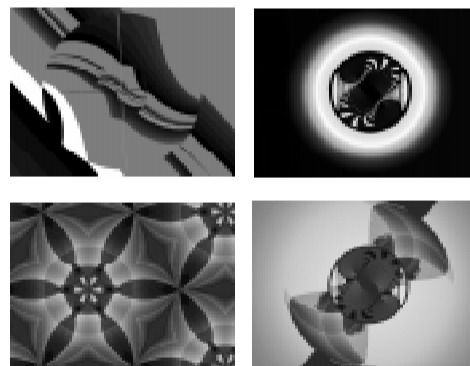
Se entregarán certificados de asistencia.

Para más información: Tel. 5199-4500 int. 1502, 1514, 1530

o al e-mail: consultasdc@palermo.edu.ar Actividad libre y gratuita.

Imágenes digitales, arte en la computadora

Miércoles 17 de abril, 11.30 hs.



En esta charla Roberto Hugo Fernandez, se referirá al uso creativo de la computadora a partir de la obtención de fractales. La conferencia estará ilustrada con presentaciones realizadas con imágenes elaboradas mediante esta tecnología.

Actividad libre y gratuita.

Para Trabajos Finales de Grado y Proyectos de Integración

Encarar un Trabajo Final de Grado o un Proyecto Integral para culminar una carrera corta, implica elegir y desarrollar una temática que resulte atractiva para la comunidad profesional. Este desafío requiere aplicar metodologías que faciliten procesar, interpretar y organizar un cúmulo de informaciones, datos y hallazgos pertinentes y valiosos.

Para culminar con éxito este desafío académico, la Facultad de Diseño y Comunicación tiene un equipo de tutores encargados de asistir a los alumnos, especialmente en el campo metodológico, más allá del trabajo de los docentes a cargo de las asignaturas. Son los profesores Claudia López Neglia (Carreras de Diseño), Gloria Schilman (Proyectos de Carreras Cortas) y Orlando Aprile (Carreras de Comunicación).

Estos docentes tienen una amplia disponibilidad de días y horas de consulta para este asesoramiento especializado. Además los alumnos pueden recurrir a los demás docentes para las consultas o tutorías sobre temas de su especialidad.

En este tipo de trabajos académicos, tal como lo destacaba Umberto Eco, es tan importante el tema elegido para investigación o el desarrollo de proyectos como la experiencia que implica llevarlo a cabo con éxito.

Horarios de los profesores:

Claudia López Neglia: Lunes de 13 a 17. Mail: celen@ciudad.com.ar

Gloria Schilman: Jueves de 13 a 17. Mail: gschil@palermo.edu.ar

Orlando Aprile: Lunes de 16 a 19, martes de 11.30 a 13, miércoles de 17 a 19 y jueves de 13 a 17. Mail: ocaprile@sion.com

Teléfono: 5199 4500 int. 1528

Nuevos Profesionales

Felicitaciones a los nuevos profesionales que con gran esfuerzo han obtenido su título de grado.

A continuación publicamos extractos de las evaluaciones de sus tesis, presentadas entre el 22 de febrero y el 19 de marzo de 2002, realizadas por destacados profesionales del medio.

MARTÍN DÍAZ ANDRADE
Licenciado en Publicidad

"La creatividad dirigida al segmento de público joven"

Tutor: Adrián Candelmi

Lic. Gustavo Kaplán – Diálogo Publicidad:

"Es un trabajo teórico con una adecuada solidez conceptual. Creo que ha habido un trabajo de investigación bibliográfica interesante y nutrido, apelando en muchos casos a fuentes no tradicionalmente académicas, pero necesarias (...) Lo que indudablemente merece a mi juicio la mejor de las opiniones es el nivel de producción y el trabajo de campo, que es mucho más que vasto e interesante. La cantidad y calidad de información, datos, opiniones de profesionales e involucrados, es realmente destacable desde todo punto de vista. Es evidente un empeño y un esfuerzo de producción poco frecuentes para este tipo de trabajo (...)".



SOLEDAD LONGUEIRA
Licenciada en Publicidad

"Campaña integral de Bien Público en referencia a las drogas"

Tutor: Orlando Aprile

Lic. Tadeo J. Karwala – CE.NA.RE.SO.:

"El trabajo me ha parecido muy bueno, sobre todo, porque enfoca la problemática desde un punto de vista muy novedoso, que es centrarla como un fenómeno socio-cultural, en donde lo esencial no reside en la droga, en su composición, en sus características y en sus efectos, sino en el hecho de la necesidad de su ingesta, dentro de esta cultura del consumismo (...) El trabajo es completo, responde a una visión muy actualizada de la problemática, muestra un gran trabajo de investigación, y sobre todo, la alumna ha hecho una tarea concisa, a pesar de lo extendida, ordenada precisa y lo más importante, muy clara (...)".



GEORGINA BOGUNOVICH
Licenciada en Publicidad

"Publicidad, una rica profesión"

Tutor: Orlando Aprile

"Desde sus comienzos la publicidad tuvo como fin el de comunicar; comunicar un nombre, un producto, un servicio, obras teatrales, una marca o algo nuevo y diferente a lo existente. Pero en general si uno piensa en la publicidad, con lo único que la relaciona es con el consumo y con fines totalmente económicos. Actualmente esta actividad es un negocio que maneja mucho dinero (...) A lo largo de esta tesis se demostrará la importancia que tiene la comunicación publicitaria en la sociedad, destacando la responsabilidad del publicitario como comunicador social. Es decir que se verá cómo a través de la difusión de sus mensajes, la publicidad puede servir como referente de los valores sociales e influir en el comportamiento de su audiencia".

EDUARDO SALLENAVE
Licenciado en Publicidad

"Vida privada y Publicidad"

Tutor: Lic. Ana Rosa Abraham

Beba Trigo – Dell'Oro – Trigo:

"Vida privada y publicidad" es una detenida mirada a los dos sistemas en sus orígenes y sus interrelaciones. El autor toma elementos esenciales de ambos, los analiza y los ofrece desde una interesante organización; es un corte peculiar en el proceso permanente de la comunicación humana (...) Acertado y enriquecedor trabajo a partir de la diversidad de entrevistas y puntos de vista de los publicitarios (...) aporta información valiosa (...)".



MARÍA TERESA CONTI GÓMEZ
Licenciatura en Publicidad

"El blue jean: símbolo erótico o polémico"

Tutor: Orlando Aprile

Lic. Daniel Luza – Eje Publicitaria S.A.:

"El trabajo evaluado demuestra que la autora aprendió, conoce y maneja muy bien los conceptos con que nos manejamos los publicitarios en la actualidad. Comparto plenamente las decodificaciones que hace la alumna de los avisos seleccionados para demostrar sus hipótesis, y seguramente esto

también sería compartido por cualquier buen experto en el análisis semiológico de los mensajes. Mi evaluación es totalmente positiva. Ya que a pesar de la terminología propia de la profesión, el lenguaje sin embargo es claro y las intenciones son directas, no dejando lugar para la duda de lo que la autora quiere expresar, aún con cierta crudeza propia del tema en cuestión (...)".

KARINA CARBALLO
Licenciada en Relaciones Públicas

"Los objetivos que persigue la filantropía corporativa"

Tutor: Gloria Schilman

Prof. Andrés Monserrat - UP:

"Buen marco conceptual. Muy buen el nivel y contenido de las entrevistas, son profundas y se han obtenido muy buenos datos técnicos. El análisis de los textos es riguroso y no se limita sólo a la exposición de una idea. Carballo asocia muy selectivamente las ideas de los autores con la temática de la profesión y las experiencias que se obtienen de las entrevistas. Hay una profusa investigación bibliográfica."



CAROLINA ANGIORAMA
Diseño de Imagen Empresaria

"La imagen corporativa en fusiones y adquisiciones. Caso: Repsol/YPF"

Tutor: Jorge Gaitto

Prof. Carlos Morán - UP:

"El trabajo cuenta con un muy buen recorte del objeto de investigación. Excelente manejo del lenguaje, lo que facilita la comprensión y permite la lectura del trabajo sin complicaciones, pero con un apropiado manejo de la terminología. Buena ejemplificación gráfica".



SILVINA MACHIAVELLI
Diseño de Imagen Empresaria

"Un país / Una empresa"

Tutor: Marcelo Ghío

DG Diego Giaccone – Interbrand Avalos & Bourse:

"La hipótesis planteada es muy interesante y muy actual para este presente donde falta identidad nacional. Coincido plenamente con la hipótesis de que Arcor es la única empresa nacional capaz de vender la marca Argentina al exterior (...)".

La solidez conceptual y claridad de exposición hace que sea una investigación que reviste gran interés. El nivel de producción del trabajo me parece excelente.

También considero de muy buen nivel la indagación y búsqueda de información, ya sea en libros, revistas e internet (...) Me parece un caso excelente de estudio como aporte a la disciplina".



GEORGINA COLZANI
Licenciatura en Publicidad

"Gracias al humor. Remedio chino infalible"

Tutor Externo: Susana de Luque

Martín Vinacur – Grey Argentina: "(...)"

La lectura de este trabajo resulta amena y llevadera. Un excelente antecedente que servirá en un futuro para exponer ideas y argumentos. Resulta relevante destacar la lectura multidisciplinaria que permite formular una visión contextual acerca de la incidencia del humor, sus mecanismos e implicancias (...) Es destacable el esfuerzo, la dedicación y la vocación evidenciadas en la producción general del trabajo (...)".



EZEQUIEL HOKAMA,
Diseño de Imagen Empresaria

"El Museo Etnográfico, entre la memoria y la comunicación"

Tutor: Gustavo Valdés

Prof. Marcelo Ghio – UP:

"El trabajo muestra una alta dosis de compromiso con la temática abordada. El autor se manifiesta informado y reflexivo, lo que produce como consecuencia un proyecto sólido. Un aporte importante desde el campo del Diseño Gráfico a la cultura".



Los Trabajos Finales de Grado pueden consultarse en el Centro de Recursos de la Facultad de Diseño y Comunicación o en la Biblioteca de la Universidad de Palermo.

Talleres en Palermo TV

Durante abril, mayo y junio se llevarán a cabo las actividades prácticas de capacitación audiovisual que Palermo TV organiza cada cuatrimestre. Estas actividades se desarrollan por medio de talleres específicos programados

en varios niveles y a través del asesoramiento para la realización de los trabajos prácticos solicitados por los distintos profesores. Los horarios son los siguientes:

1. Talleres específicos

- **Sonido**
 - Lunes de 16 a 18 hs.
 - Sábados de fecha impar de 10.30 a 12.30 hs
- **Iluminación**
 - Miércoles de 13.30 a 16 hs.
 - Sábados de fecha par de 10.30 a 12.30 hs.
- **Edición**
 - Viernes de 13.30 a 15.30 hs.
 - Sábados de fecha impar de 10.30 a 12.30 hs.

2. Realización de trabajos prácticos solicitados por las cátedras

- **Áreas de trabajo:** Edición; Cámara; Iluminación; Realización; Sonido; Dibujos Animados y Fotografía Fija.
Turnos de trabajo:
 - Lunes de 16.30 a 18.30 hs.
 - Martes de 13.30 a 15.30 y de 16 a 18 hs.
 - Miércoles de 16.30 a 18.30 hs.
 - Jueves de 14 a 16 y de 16.30 a 18.30 hs.
 - Viernes de 16 a 18 hs.
 - Sábados de 8.15 a 10.15 hs.

Estas actividades son libres y gratuitas para los estudiantes de materias audiovisuales de la Universidad de Palermo. Requieren Inscripción previa en Soler 3666 - 4821-0827

Luz, cámara... tu historia

Ciclo de Proyecciones en Video en pantalla abierta y grande. Lunes 15 de abril, 19 hs. Libre y gratuito

En el mes de abril comienza el ciclo de proyecciones en video denominado: **"Luz, cámara...tu historia"**. En el mismo podrán verse obras realizadas por alumnos que cursaron asignaturas audiovisuales en las carreras de la Facultad de Diseño y Comunicación y que han sido premiadas en los concursos que se organizan desde hace varios años. Este ciclo aspira a ser una pantalla abierta donde puedan verse además trabajos extracurriculares de los mismos alumnos o producciones externas de grupos independientes. También tiene la finalidad de que estas reuniones sean de intercambio y aprendizaje, donde se debatan y analicen todos los trabajos y los propios realizadores puedan dialogar con el público conociendo en directo los efectos o sensaciones que sus obras producen. Es además el punto de inicio para que las realizaciones audiovisuales de los alumnos de nuestra Facultad comiencen a recorrer concursos y festivales organizados por otras instituciones. Por eso es bueno que traigas tu video y participes de este ciclo invitando a tus amigos, colaboradores y familiares para que tomen contacto con estas realizaciones vistas en "pantalla grande".

Proyecciones del 15 de abril

- **"El Cambio"**
Video Clip
Autores: Adrián Ambone, Andrés Meza, Martín La fuente e Ignacio Benmuyal
- **"Entre tus huesos" (Exit)**
Video Clip
Autor: Carlos De Chapeurouge
- **"Traición al anochecer"**
Argumental
Autores: Guillermo Arata, José Estevez, Fernando Poblete y Gustavo Zamit
- **"Zona oscura"**
Argumental
Autores: Alejandro Calvani, Martín Johnson, Federico Rodríguez y Esteban De Mingo
- **"El hombre de la Bolsa"(Mc Donald's)**
Spot publicitario
Autores: Mariano Senan, Javier Basevich, Julio Méndez y Edgardo Osonnio
- **"Estación"(Coca-Cola)**
Spot publicitario
Autores: Eugenia Prat, Vanina Cámpora, Constanza Cavalli y Emiliano Bazo
- **"Pesadilla"(Nike)**
Spot publicitario
Autores: Pablo Calvani, Pablo Nelson, Jorge Seriani y Mauricio Stagnaro
- **"Artistas callejeros"**
Documental
Autores: Carolina Gilardi, Carla Di Giorgio, Silvina Tortello y Victoria D'Ovidio
- **"Destino Tigre"**
Documental
Autores: Federico Martín, Agustín Pérez Sarlanga y Federico Novelli Poisson

Las funciones programadas se llevarán a cabo los días lunes 15 de abril, 27 de mayo y 1 de julio a las 19 hs. en el Auditorio de la Universidad, Mario Bravo 1050, 6° piso. Los interesados en presentar trabajos pueden contactarse vía e-mail a jsurra@palermo.edu.ar o personalmente los días martes de 13.15 a 15 hs en el aula 3.7 del edificio de Mario Bravo 1050. Organizan los alumnos de la carrera de Cine y Televisión: Noelia Oliva, Luis H. Garabato Veiras y Marcelo Politano con la colaboración del Profesor Alberto Farina.

¿Qué hay de nuevo en nuestro sitio?

La Facultad de Diseño y Comunicación actualiza en forma constante sus páginas web. Este mes podés recorrer el sitio y encontrar los abstracts de las ponencias de los profesores de Diseño y Comunicación durante las **X Jornadas de Reflexión Académica 2002: Estudiar, Crear y Trabajar en Diseño y Comunicación.**

www.palermo.edu/dyc/ProduccionAcademica/produccionesacad_index.htm

ABRIL 2002 Computación Gráfica

FLASH (2° parte)
Programa de diseño vectorial y animación en 2D, en esta segunda parte, más herramientas clips de películas, botones, interactividad, etc.
Lunes 8, 15, 22 y 29 de abril de 11.30 a 13

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.
Lunes 8, 15, 22 y 29 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.
Lunes 8, 15, 22 y 29 de abril de 15.30 a 17

FLASH (1° parte)
Programa de diseño vectorial y animación en 2D, en esta primera parte, las herramientas y opciones en general.
Martes 2, 9, 16 y 23 de abril de 11.30 a 13

PHOTOSHOP 6 (1° parte)
Programa de retoque fotográfico e ilustración. En este módulo, las herramientas básicas y los primeros pasos.
Miércoles 10, 17, 24 de abril de 11.30 a 13

DREAMWEAVER
Programa de diseño de sitios y páginas web, en este único módulo, las herramientas y opciones en general.
Miércoles 10, 17, 24 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.
Miércoles 10, 17, 24 de abril de 15.30 a 17

COREL DRAW (1° parte)
Programa de diseño vectorial e ilustración, en este módulo, las herramientas básicas y los primeros pasos.
Jueves 11, 18, 25 de abril y 2 de mayo de 11.30 a 13

POSER
Programa de modelado y animación de figuras humanas y de animales, en esta primera parte, las herramientas y opciones en general. Su complemento con otros programas 3D.
Jueves 11, 18, 25 de abril y 2 de mayo de 15.30 a 17

COREL DRAW (2° parte)
En este módulo, las herramientas avanzadas y su complementación con otros programas de diseño.
Viernes 19, 26 de abril y 3 y 10 de mayo de 11.30 a 13

PHOTOSHOP 6 (2° parte)
En este módulo, las herramientas avanzadas y su complementación con otros programas de diseño.
Viernes 19, 26 de abril y 3 y 10 de mayo de 17 a 18.30

IMAGE READY
Programa complemento del Photoshop para complementarlo con las herramientas necesarias para el diseño WEB.
Viernes 19, 26 de abril y 3 y 10 de mayo de 19 a 20.30

Nota: Es imprescindible un buen manejo del Sistema Operativo (Windows) como requisito fundamental para inscribirse en estos talleres.

Informes e inscripción:
Facultad de Diseño y Comunicación, 1° piso.
Tel: 5199-4500 int. 1510
fdyc@palermo.edu.ar
Los cursos se realizarán en la sede Palermo I, Mario Bravo 1302.

Horario de consulta del prof. Walter Martínez: Lunes, miércoles y viernes de 10 a 11.30, en los laboratorios de Palermo I.

Estudiantes de la Facultad premiados

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 2001.

Concurso

Arte Oriental

Diseño de una marca como imagen de identidad para el Museo de Arte Oriental, creado en 1965, respondiendo a las necesidades de un público interesado en conocer un campo tan importante como es la cultura oriental y el deseo de fomentar la comprensión entre los pueblos del mundo.

Coordina: Gustavo Valdés



Museo Nacional de Arte Oriental

Premiada María José Garay



MNAO
MUSEO NACIONAL DE ARTE ORIENTAL

Premiada Natalia Alkerman



MUSEO NACIONAL DE ARTE ORIENTAL

Premiada Carina Güichal

Concurso

Fundación Flexer

Presentación de propuestas de diseño de sistema de señales internas e identificadores urbanos para la "Fundación Natalí Dafne Flexer" de ayuda al niño oncológico y su familia. Esta institución, solidaria y sin fines de lucro, tiene su sede en calle Mansilla 3125 de la Ciudad de Buenos Aires.

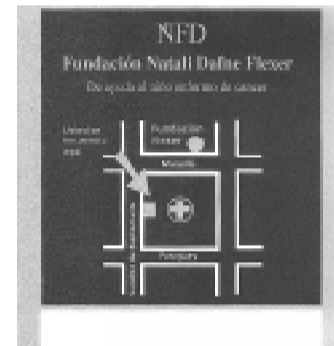
Coordina: José María Doldan



Nicolás Martos: >
Tercer Premio



Leonardo Starico: Primer premio



< Romie Boccia: Segundo premio



María Laura Riva: Primer premio



María Francisca Simonetti: Segundo premio



Patricio Elfi: tercer premio compartido



Agustín García de Leonardo: tercer premio compartido

Concurso

Cultural y Gráfica

Diseño y realización de una revista cuyos contenidos reflejen actividades culturales. El producto tiene la característica de ser una publicación periódica, y el autor deberá posicionarse como posible director de arte de la editora o como diseñador independiente capaz de resolver la propuesta en forma integral.

Coordina: Carlos del Río

Concurso
La Usina

Diseño de Imagen Corporativa para institución sin fines de lucro.
Coordina: Adrián Candelmi



Solange Stella:
Primer Premio >



Adriana Bianchieri: Segundo premio



Priscila Clementti: Mención



< Mariela Dommarco:
Tercer premio



Emmanuel García Rabell: Mención



Maribel Fernández Fernández: Mención



Pablo Cattani: Mención



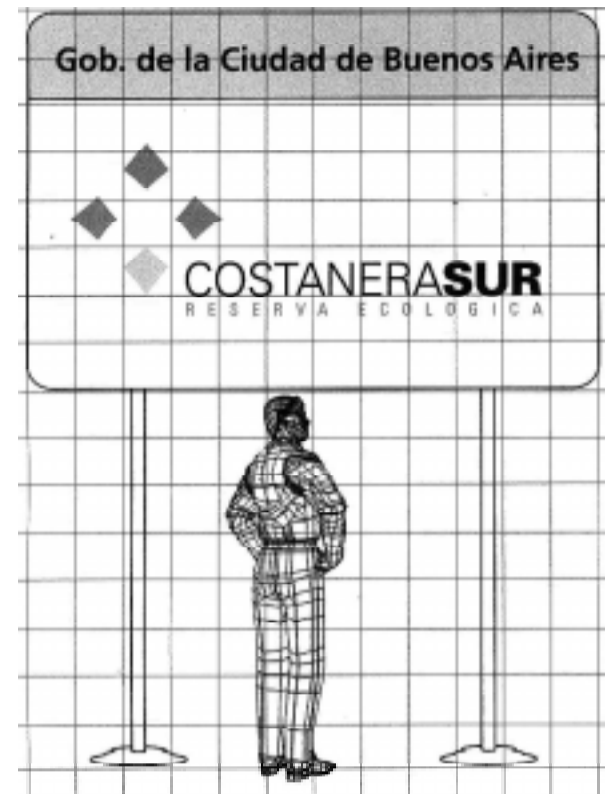
Federico Stölzing: Mención

Concurso
Costanera Sur

Presentación de propuestas de diseño para dotar de un sistema de señales a la Reserva Ecológica de la Costanera Sur de la Ciudad de Buenos Aires.
Coordinan: José María Doldan y Mabel Parada.

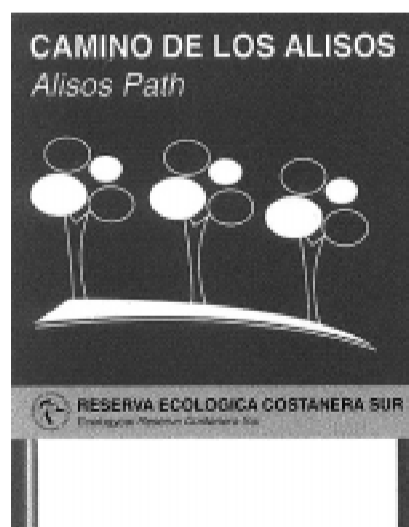


Agustín García de Leonardo:
Primer Premio



< Marcelo Dapunte: Tercer Premio

Patricio Elfi: Segundo Premio >



Nieves Amorena: Mención

MUESTRAS CENTRO DE RECURSOS

ABRIL:

- Concurso: Unos tipos muy creativos. Diseño de nuevas tipografías

Diseño de un alfabeto propio completo, cuyo desarrollo alcance: mayúsculas, minúsculas, números y signos de puntuación, y dos variables visuales, a elección, del alfabeto diseñado.

Trabajos de estudiantes del profesor Diego Perez Lozano

Entrega de Premios de los Concursos desarrollados durante el 2º cuatrimestre 2001

Miércoles 22 de mayo, 19 hs.
SALON DE USOS MULTIPLES

Proyectos de Diseño y Comunicación

Los proyectos de creación, producción e investigación que se detallan a continuación son desarrollados por docentes de la Facultad de Diseño y Comunicación con sus estudiantes durante el primer cuatrimestre 2002, dentro del dictado de sus asignaturas.

CRISTINA ALVAREZ

La posmodernidad en la Publicidad.

EUGENIA ALVAREZ DEL VALLE

Observatorio ocupacional: los directores creativos en las agencias de publicidad.

ADRIANA AMADO SUÁREZ

Los términos de la práctica profesional. La jerga en las disciplinas del diseño y la comunicación.

ALEJANDRA ANTOLIN DULAC

Relevamiento de eventos de lanzamientos de diseñadores argentinos.

GUSTAVO APREA

El guionista y su relación con la realización. Las formas, la producción y las nuevas tecnologías como factores de influencia.

JORGE ARANCIBIA

Tendencias mundiales contemporáneas de técnicas de representación objetual.

CARLA ARGANARAZ

Relevamiento de instituciones, gremios y empresas relacionadas con el quehacer audiovisual.

CLAUDIA BARBERA

La colección de estampados coordinados.

VICTORIA BARTOLOMEI

Guía sobre la razón del nombre de las marcas.

DIANA BERSCHADSKY

Terminología: terminaciones de obra.

MARÍA ELSA BETTENDORFF

Las modalidades urbanas de comunicación social.

SUSANA BUENO

El mueble en Egipto, Roma y Bizancio.

THAIS CALDERÓN LAGO

Consumo de productos culturales.

RAUL CASTRO

- Movimientos sociales y opinión pública. Identidad e imagen.
- La opinión pública y los movimientos sociales

ALEJANDRA CHURRUARÍN

Recorridos por la arquitectura efímera: la vidriera, el stand, el evento.

JULIO COLONESSE

Estrategias de comercialización de un evento deportivo.

ALEJANDRA CRISTOFANI

Las instituciones profesionales en el mercado.

RICARDO DE LOS SANTOS

El evento como experiencia de taller.

MARTA DEL PINO

Análisis comparativo de medios gráficos.

LAURA DENEGRI

Perfiles y tendencias del mercado y la práctica profesional.

OSCAR DESPLATS

Los términos y su relación con la tecnología de creación / producción.

EDGARDO DÍAZ

Identidades corporales e imágenes fotográficas.

ANTONIO DI GÉNOVA

Identidad corporativa de las megafusiones.

JOSÉ MARÍA DOLDAN

Estudio del ordenamiento y regulación del tránsito en la ciudad de Cañuelas mediante un sistema señalético.

PATRICIA DORIA

Los accesorios en indumentaria y su enlace signico a través de cortes diacrónicos en la historia.

ALEJANDRA ESPECTOR

Diseño de vestuario cinematográfico. Historia del traje: antigüedad y medioevo.

ALBERTO FARINA

La reacción creativa audiovisual frente a los periodos de crisis.

ALEJANDRO FERNÁNDEZ

Guía de cámara e iluminación.

MARTA FERNÁNDEZ

Los métodos en las matrices de la indumentaria.

DIANA FERNÁNDEZ IRUSTA

Análisis de las figuras discursivas en programas de radio y televisión.

JORGE GAITTO

La actividad del diseño por sobre el objeto de diseño.

MARCELA GÓMEZ KODELA

Perfiles y tendencias del mercado y la práctica profesional.

GABRIEL GONZÁLEZ VILCHES

La necesidad de investigación de estrategias empresariales de marketing en el escenario presente.

MARCELO GORDIN

La agenda del organizador de eventos.

MARÍA FERNANDA GUERRA

Géneros, formatos en programas de periodismo político en televisión.

JORGE IRAMONT DIAZ

Guía de estudio de introducción a la tecnología

MARCELA JACOBO

- La coexistencia de entidades corporativas.
- El espacio de trabajo doméstico. Análisis de los atributos de las experiencias de uso.

JUAN JÁUREGUI

Constelación de atributos para un CD interactivo.

FABIÁN JEVSEK

El CD como producto comercial. Límites para su realización.

ANDRÉS KESTING

Las técnicas y realización de compresión de archivos.

FABIOLA KNOP

Evolución de marca de un producto nacional. Caso: Harina Blancaflor.

GUSTAVO LENTO NAVARRO

Lo correctamente impertinente.

CLAUDIA LÓPEZ NEGLIA

- Creatividad y trabajo proyectual final en diseño.
- Perfiles y tendencias del mercado y la práctica profesional.

JORGE LUNA DIPALMA

Tipologías de los programas de aire de la televisión.

FAVIO MASSOLO

La gráfica digital y la identidad corporativa en Argentina

CARLOS MORÁN

Observatorio ocupacional: creadores de imágenes.

MANUEL NAVARRO DE LA FUENTE

Mostrar-se: el portfolio como producto final.

GABRIELA NIRINO

Relevamiento de páginas web en diseño de indumentaria, materias primas, tejidos y técnicas de producción.

JORGE OSCAR NORIEGA

Croquis de la figura humana.

CECILIA NORIEGA

Perfiles y tendencias del mercado y la práctica profesional.

OSVALDO NUPIERI

El Centro de Recursos: Archivo de documentación para el aprendizaje. Diagnóstico para el rediseño del ordenamiento y acceso documental.

ESTELA PAGANI

Análisis de los esquemas sociales del estado contemporáneo.

RICARDO PALMIERI

Guía bibliográfica sobre redacción publicitaria y temas conexos.

MABEL PARADA

La presentación de productos de diseñadores internacionales de indumentaria en escaparates argentinos.

GRACIELA SUSANA PASCUALETTO

Juventud: estudio de las prácticas y comportamientos en los principios de siglo. Perfiles y tendencias del mercado y la práctica profesional.

DIEGO PÉREZ LOZANO

El catálogo tipográfico.

CLAUDIA PRECI Y ANDRÉS MONTSERRAT

Terminología de Relaciones Públicas y eventos.

OTMAR PUCHETA

Imágenes étnicas y publicidad.

ESTELA BEATRIZ RECA

La vivienda, el workhome, y las profesiones liberales.

MÓNICA RECUPITO

Recorridos por la arquitectura efímera: la vidriera, el stand, el evento.

FERNANDO ROLANDO

e-Media > del Videoarte al NetArt: la fusión de campos en la Era Digital. Proyecto de aula: desarrollo de un CD interactivo de música vanguardista.

EDUARDO ADRIÁN RUSSO

Los lugares de la televisión. Modos de la recepción televisiva en el espacio doméstico.

JOSÉ SANTISO

Preservación y conservación del patrimonio audiovisual: El patrimonio audiovisual en la formación de los profesionales de cine y televisión.

GLORIA ALICIA SCHILMAN

Perfiles y tendencias del mercado y la práctica profesional.

ANTONIO SENSINI

Observatorio ocupacional. Los tipógrafos del siglo XX. Creaciones e innovaciones.

MARÍA LAURA SPINA

Recopilación y análisis de marcas de eventos nacionales.

MARTÍN STORTONI

- Eficiencia y eficacia en la planificación de medios.
- Valores estratégicos de las marcas internacionales en el mercado argentino.
- Crisis de imagen corporativa en las empresas de servicios públicos.
- Creatividad e innovación en la comunicación publicitaria. Casos relevantes para la innovación.

ELIZABETH TADDEI

La comunicación en el area del diseño de indumentaria.

ANTONIO TECCHIA

Modelos 3D de artefactos de iluminación de línea (2º parte).

GUILLERMO TORRES

El Paisaje, objeto de diseño.

GUSTAVO VALDES

Proyecto de desarrollo: La miseria de la teoría.

ROBERTO VILARIÑO

El deporte como marca nacional.

Proyectos y Planificaciones

Talleres de Capacitación para docentes



Rebeca Anijovich, directora del área Educación Superior de la Universidad de Palermo, dictó para los profesores de la Facultad de Diseño y Comunicación un taller de proyectos y un taller de planificación durante febrero 2002.

Taller de Proyectos

Las acciones de producción, creación e investigación integradas al proceso de aprendizaje forman parte del diseño curricular de la Facultad. Este diseño constituye un núcleo estratégico para adecuar, de manera sólida, la enseñanza a la realidad, que caracterizada por el cambio vertiginoso y permanente, demanda acciones académicas significativas, trascendentes e innovadoras.

Con amplia participación de los docentes de la Facultad y con el propósito de avanzar en la implementación el método de proyectos, en febrero 2001, la profesora Rebeca Anijovich, directora de Educación Superior de la Universidad de Palermo, realizó dos talleres sobre las perspectivas teóricas y modalidades implementación de **proyectos** en la enseñanza del Diseño y la Comunicación.

Uno de los pioneros en la formulación de proyectos de trabajo para la enseñanza fue el pedagogo John Dewey quien plantea que "el método de proyectos no es una sucesión de actos inconexos, sino una actividad coherentemente ordenada, en el cual un paso prepara la necesidad de siguiente y en la que cada uno de ellos se añade a lo que ya se ha hecho y lo trasciende de un modo acumulativo". Desde este concepto, permite la adquisición de manera dinámica y flexible, diversas competencias a lo largo de la toda la formación universitaria, posibilitando un trabajo académico orientado a la formación de profesionales para el cambio.

Los **proyectos** de trabajo, permiten abordar desde el **trabajo áulico**, situaciones problema, ofrecer alternativas a la fragmentación de materias, estimular la investigación, creación y producción, utilizar diferentes fuentes de información y recursos, fortalecer la dinámicas de trabajo en equipo

de los estudiantes, y desarrollar de manera constante procesos de metacognición. Avanzar en la enseñanza a través del método de proyectos, permite, a su vez, trascender el referente unívoco del programa de las asignaturas, enlazando un conjunto de operaciones que se desarrollan en el marco de metas establecidas en objetivos y propuestas de calidad fijados previamente.

El **método por proyectos** permite un fuerte compromiso con realidad, dado que involucra a docentes, estudiantes, practicas profesionales con la producción y la creación constante en el marco de una dinámica de movilización de saberes y procedimientos alrededor del planteo de problemas de interés académico, empresarial, social y gubernamental.

De esta manera, la relación enseñanza aprendizaje, permite articular la teoría con la práctica, y situar los estudios universitarios en el marco de propuestas significativas y acciones valiosas para el crecimiento de las disciplinas y de una adecuada capacitación y formación de los estudiantes en la práctica profesional. (Ver en pág. 8 el listado de los proyectos que desarrollarán los profesores de Diseño y Comunicación durante el ciclo académico 2002)

Taller de Planificaciones

En el inicio del Taller la profesora Rebeca Anijovich realizó una pregunta contundente y movilizadora al plantel de profesores de la Facultad: ¿es necesario planificar?. Al abrirse el debate comenzaron a surgir las distintas experiencias y necesidades de unos y otros dentro del ámbito áulico.

Todas las opiniones comenzaron a confluír en la necesidad que tiene todo tipo de práctica proyectual o teórica de buscar las finalidades a través de la realización de planes, diseños, planificaciones.

Es decir se comienza a través de las planificaciones a poner en juego estrategias de ordenamiento de los elementos implicados y de las acciones posibles a desarrollar. Toda planificación puede ser organizada alrededor de: **un proyecto, un problema-caso, o posibles áreas de contenido.**

Se toma en cuenta como es la realidad y se busca plasmar esto

aunando la representación y la anticipación en las acciones a seguir. Se plantea también cuáles son los propósitos de la enseñanza de cada materia considerando su ubicación curricular, la carrera y su concepción.

Las acciones que luego se desarrollaran y serán contrastadas permanentemente con el plan a seguir y con la realidad. De este contraste surge la necesidad de ajustar el plan o planificación, al diseño original de la materia.

Esto pone de manifiesto que las planificaciones no tienen un punto fijo de partida y un punto fijo de llegada, es decir deben ser flexibles. Es una actividad interactiva cuya secuencia depende en gran medida de qué cosas recibe el profesor como datos y cuáles quedan dentro de su ámbito de decisión.

En las planificaciones cada uno de sus componentes del diseño pueden presentarse como dato o decisión. Los datos son elementos que la universidad presenta a los profesores en calidad de requerimiento para la realización del diseño de la planificación de la materia. No se pueden modificar. Son el punto de partida.

En cambio las decisiones son los componentes que en una planificación pueden ser modificados.

En las planificaciones surgen también las metas u objetivos estas aluden a la intención con las que se llevan a cabo las acciones. Estas metas u objetivos actúan como guías orientadoras, son aspiraciones que se proponen, y en general suelen aludir a aspiraciones concretas, puntuales, más relativas a la tarea cotidiana del docente.

En cambio las finalidades y los propósitos en el plan de una planificación se refieren a aspiraciones más amplias, más generales.

Al finalizar el taller la profesora dejó en claro la necesidad que tienen los docentes de plantearse los cinco o diez conceptos más significativos que los estudiantes tienen que comprender cuando terminan de cursar las materias, evaluando también las evidencias de comprensión del alumno.



PROGRAMA DE DESARROLLO ACADÉMICO

Equipo de Gestión de Proyectos 2002

Facultad de Diseño y Comunicación

A lo largo de dos años el Equipo de Gestión de proyectos ha realizado valiosas acciones que permitieron avanzar en resultados óptimos en la creación, producción e investigación de la Facultad. Diversas propuestas de trabajo, tales como la producción de recursos metodológicos, herramientas y documentos de asistencia, han contribuido a la realización de los proyectos en el Aula y Desarrollo.

El Equipo conformado por docentes de diferentes carreras de la Facultad, está integrado por los profesores Carla Argañaraz, Lorenzo Blanco, Thais Calderón, José María Doldan, Fabiola Knop, Carlos Morán, Estela Pagani, María Laura Spina. Las reuniones en el primer cuatrimestre 2002, se realizan los primeros miércoles de cada mes, a las 13 horas en la sede la Facultad.

A partir del inicio del primer cuatrimestre se ha incorporado a las actividades del Programa de Desarrollo Académico y del Equipo de Gestión de Proyectos la Asistente Universitaria Paula De Caro.

Programa de Desarrollo Académico.
Estela Pagani. epagan@palermo.edu.ar
Paula De Caro. pdecar@palermo.edu.ar
5199-4500. Int.1528



Estudiar, Crear y Trabajar en Diseño y Comunicación

Jornadas de Reflexión Académica 2002

Transcripción de las ponencias de los profesores Estela Reca, Laura Denegri y Alejandra Espector que por error editorial no fueron incluidas en la publicación de las Jornadas de Reflexión Académica 2002.

Loft en Argentina

por Estela Reca

Investigación realizada con alumnos de la Carrera de Diseño de Interiores, para la asignatura de Diseño II, del segundo cuatrimestre, del año 2001. El trabajo fue realizado en equipos de 3 alumnas con la intervención y guía del docente.

INTRODUCCIÓN

Para la realización de este trabajo se tuvieron en cuenta diferentes fuentes de información, a saber:

1. Fuentes de Información:

- Facultad de Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires
- Sociedad Central de Arquitectos
- Universidad de Palermo

2. Visitas Realizadas:

- Lofts Darwin
- Palacio Alcorta
- Garaje de San Telmo

3. Entrevistas:

- Arquitecto Manuel del Valle, elector del loft Garaje de San Telmo.

CONTEXTO HISTÓRICO

Del autoritarismo a la democracia

La transición a la democracia fue el pasaje de un régimen político autoritario a un sistema democrático. Esta etapa se inicia con la disolución de la dictadura militar tras la derrota en la guerra de las Malvinas, y comprende el proceso de institucionalización e instauración del sistema democrático. Este período corresponde a la presidencia de Raúl Ricardo Alfonsín y culmina con el traspaso del poder de una autoridad elegida constitucionalmente a otra elegida de la misma forma, que fue Carlos Saúl Menem y actualmente dio paso a la presidencia del Dr. De La Rúa.

El fin de la dictadura militar a principios de la década del 80 planteaba diferentes situaciones conflictivas a resolver para las autoridades constitucionales que la sucedieron y la sociedad en general. Tenían que superar entre otras cosas la ruptura del aislamiento internacional en el que la república se encontraba sumida y encontrar el camino para superar la crisis económica, cuyo rasgo más saliente era el endeudamiento estatal y externo enmarcado en el contexto de la "Crisis de la deuda externa Latinoamericana". Esta estuvo fomentada, entre otras cosas, por el estancamiento productivo que desactivó el funcionamiento y surgimiento de industrias, fábricas y depósitos.

Esta nueva situación trajo aparejada diversidad de cambios, no sólo en la ideología sino

también en la forma de vida. Se podían importar ideas y estilos, había mayores libertades: podíamos expresarnos sin temor a las consecuencias. Todas estas características influyeron directamente sobre la forma de vida y por consecuencia, sobre la arquitectura y el diseño.

Es indiscutible que el tipo de vivienda que plantea el loft está íntimamente relacionada con el concepto de libertad, independencia, autonomía amplitud, espacio e innovación. Es una tipología de carácter independiente, menos controlable, más anárquico. Por este motivo, este criterio no hubiera sido posible en términos de la dictadura.

ANTECEDENTES EN LA ARGENTINA

En la Argentina reinaba a fines de los ochenta una realidad económica que planteaba una renovación industrial que desactivó el funcionamiento de edificios fabriles así como los relacionados a la actividad portuaria y ferroviaria.

Uno de los precursores de la modalidad basada en el aprovechamiento de viejos edificios reciclados, para ser convertidos en viviendas fue el Arquitecto Osvaldo Giesso. Este profesional remodeló una fábrica construida a principios de siglo destinada a hilandería y confección de lana y algodón. Ubicada en el barrio de Villa Crespo, en la calle Darwin y Loyola, responde al tipo de estructura constructiva de los edificios fabriles de esa época: sistema tradicional de muros de mampostería, estructura metálica y bóvedas de ladrillo.

Este sistema fue utilizado en la edición de 1989 de casa F.O.A. para que los diseñadores y arquitectos argentinos pudieran mostrar sus proyectos e ideas de lo que en ese momento era una novedad en nuestro país.

En 1991 la misma exposición se realizó en Puerto Madero donde las propuestas de Lofts trascendían el ámbito de las viviendas para acceder al espacio de los estudios y oficinas. En 1992 la misma propuesta desembarcó en los silos del molino harinero Minetti que fue reciclado previamente por tres estudios de arquitectura: Dujoune - Hirsht, López y Asoc. - Manteola - Sánchez Gómez - Solsona - Santos y Sallaberry. Este equipo fue el que en 1993 reformó con el mismo fin el Dock N°5 frente a un área histórica muy importante, la Plaza de Mayo.

Así se introdujo en nuestro país el concepto de Loft que continúa impulsándose y desarrollándose mientras se extiende por las más diversas áreas, desde espacios exclusivos de viviendas, vivienda/trabajo para muchos plásticos, hasta estudios de agentes de bolsa.

CARACTERÍSTICAS GENERALES

LOFT: del inglés. Alude a un ático o desván, a la cámara o cuarto que suele haber sobre un establo, o al piso alto de un almacén. Al conjugarse el verbo «to Loft» se refiere a lanzar la pelota en alto. «Lofty» indica gran altura, alto, encumbrado, elevado.

Los Lofts son espacios amplios ubicados en antiguos edificios generalmente industriales. Los rasgos distintivos de estos Lofts son:

- Plantas libres
- Cerramientos internos mínimos
- Exaltación del espacio
- Pocos materiales
- Techos en doble altura
- Balcones interiores

El loft privilegia los valores del espacio por encima de las funciones.

«Este planteo figurativo del Loft reconoce, a mi modo de ver, antecedentes teatrales y operísticos, donde la simultaneidad de las acciones, los cambios de situación y los efectos perspectivicos contribuyen a superar las limitaciones forzadas del escenario.» (Luis J. Grossman)

ESTRUCTURA

• En la mayoría de los casos, el sistema portante original se aprovecha, e incluso se enfatiza, para ser, tal vez, un elemento protagonista.

• Algunos de los recursos más utilizados son la eliminación de cielo rasos para recupera las bóvedas de ladrillo y la limpieza de vigas y de todo tipo de estructuras metálicas.

TERMINACIONES

• Los lofts aceptan de igual manera todos los materiales tradicionales de terminación y acogen con mayor facilidad materiales poco convencionales como el metal, el acrílico y paneles de materiales diversos.

• La exaltación de diferentes texturas y una iluminación adecuada, pueden ayudar a diferenciar los ambientes.

• La combinación de texturas utilizando diversos materiales y acabados le dan mayor interés y carácter al espacio. Aunque todos los elementos de éste sean del mismo color o tengan un tono similar, las distintas texturas logran ambientarnos en un espacio que, lejos de ser homogéneo, le otorgará un carácter particular.

• La inclusión de distintos tipos de elementos le dan una dinámica propia y un toque de personalidad al ambiente.

DIVISIONES

Las divisiones concretas en los Lofts son en general mínimas y no tienen una presencia destacada en el espacio. Se suelen utilizar exclusivamente para circunscribir espacios que requieran de una intimidad específica como por ejemplo un baño.

Generalmente las divisiones son virtuales:

- Planos verticales de diferentes tamaños y alturas. La gran mayoría de ellos tienen más de uno de sus lados fijos puesto que los demás son libres.
- Cambios en el solado que muchas veces incluyen desniveles.

• Arcadas cuyos materiales, alturas y formas provocan diversas sensaciones: de cerramiento, contención o protección y partición del espacio, demarcando circulaciones.

La continuidad visual y espacial es la característica más importante en la ambientación y generación de los Lofts.

Otro factor trascendente a tener en cuenta en estas construcciones, es el tipo de aberturas. Ventanas de especiales características, siempre relacionadas con la tipología edilicia, permiten una buena ventilación y abundante luz natural. También suelen ser protagonistas esenciales, dentro de la composición de la cáscara que contiene el espacio.

ILUMINACIÓN

La iluminación es uno de los medios más atractivos para incluir en los efectos de color de un espacio interior.

Los conceptos de espacio y luz son inseparables.

La luz natural incrementa el carácter de amplitud de una habitación, hace que los relieves propios de los cerramientos, tomen un especial protagonismo. Genera sectores cálidos.

La iluminación artificial uniforme causa la sensación de monotonía. Pero con un moderno sistema de iluminación, con buen diseño, puede aportar efectos como filtrar, dirigir y modular la luz para conseguir contraste y variedad.

De esta manera podremos, ya sea utilizando luz natural o artificial, crear separadores virtuales

INSTALACIONES

Al ser estos espacios tan grandes, se requiere una climatización eficaz. Se suelen dejar a la vista los conductos del cableado eléctrico y los tubos de ventilación, facilitando así el acceso a las instalaciones en caso de avería o desperfecto.

TIPOS DE LOFTS

En base a una clasificación, encontrada en la revista Summa, de los diferentes tipos de Lofts, creímos oportuno relacionar la misma con ejemplos de Lofts realizados por arquitectos y diseñadores argentinos en nuestro país.

1. Loft-Loft: se generan a partir del espacio y la estructura original del edificio. Se parte de la base de el loft es: un espacio único de grandes dimensiones y ambientado expreso de un modo «casual», con materiales deliberadamente estándar y soluciones aparentemente simples que, sin embargo, no pueden ocultar su elaboración intelectual.

Este principio está relacionado con la idea original que se plantea en sus comienzos en Inglaterra y Estados Unidos donde estos están destinados para artistas y bohemios de poco poder adquisitivo que utilizaban estos espacios amplios para establecerse. En nuestro país este tipo de ambientes nunca cumplió esa función, es por eso que no podemos encontrar ningún loft que justifique esta instancia.

2. Loft-Reales: si bien parten de los mismos datos fijos de los anteriores - estructura y espacio - no limitan su intervención a crear un

clima espontáneo, si no que resuelven con recursos profesionales de diseño todos los temas del interiorismo. Existe un claro plan de necesidades y una decisiva intervención profesional.

3. Loft-Rebeldes: más que lofts, son instalaciones artísticas y más de esperar en un centro cultural como el Recoleta que en Casa F.O.A., pues no intentan ambientar sino transmitir un mensaje o una idea - fuerza. La función es la búsqueda de un efecto, de una imagen. Están dirigidos a emprendimientos empresariales.

4. Loft-Ideales: parten de la rígida estructura dada, respetando tanto su espacialidad como su origen, y sin traicionar el espíritu del Loft, agregan calidad de diseño y un gran refinamiento. Hay una fuerte intervención profesional. Propuestas generalmente económicamente importantes.

5. Loft-Vanguardistas: ofrecen otra versión especial. En cuanto al espacio, respetan el código del Loft pero con una versión en donde el tecnicismo pasa a ser el principal protagonista del espacio y en lugar de emplear elementos estándar eligen diseños ad'hoc. La elección de materiales, como la chapa estampada, el acero, se acompañan con el equilibrio entre el criterio moderno y la percepción fabril. Cada objeto está ubicado para cumplir una función concreta y es en el diseño, tecnológico, en donde se expresa la intención.

¿QUIÉNES LOS HABITAN?

Tanto el cine como la T.V. en los últimos años han mostrado el Loft como un emblema de hábitat juvenil, moderno y desprejuiciado. Los video clips y la publicidad no quedaron ajenos a este magnetismo arquitectónico y espacial, pero hay que reconocer, así mismo, el cambio que implica en la conducta y en la nueva forma de vida de esta sociedad: el Síndrome Loft. La primera característica para entender quienes son las personas que los habitan es saber su precio relativo. Hoy en nuestro país el metro cuadrado excede cómodamente los U\$S 1.500.- Por ende, solo aquellas personas con ingresos altos pueden acceder a este tipo de hábitat. Dicha franja social no incluye necesariamente a bohemios y artistas, como se planteaba en sus comienzos. Hoy podríamos decir que en la Argentina vivir en un Loft es sinónimo de status social.

Las características generales de los Lofts aportan ciertas restricciones para el tipo de personas que lo van a habitar: la libertad y espacialidad que propone el concepto de Loft no parece conjugarse con las necesidades de una familia tipo argentina.

La edad promedio de sus habitantes varía entre los 30 y 50 años. Generalmente son personas que viven solas, sin ninguna atadura. En menor proporción podemos encontrar parejas o grupos de amigos.

Al parecer hay más cantidad de hombres, que viven o proyectan habitar un Loft, que mujeres. Esta diferenciación entre sexos puede deberse a distintos motivos socio-culturales: la concepción y proyección de una futura familia, el poder adquisitivo necesario alcanzado a diferentes edades, la independencia de los padres, el manejo de las sensaciones de libertad, etc.

¿DÓNDE?

Si bien en un principio se solían encontrar estos lofts en antiguas factorías, creemos que hoy en día es restrictivo relacionar solo a las fabricas recicladas con el concepto de Loft. Estas fabricas estaban ubicadas en zonas estratégicas de la Capital (puerto y acceso a rutas). En la actualidad, gracias a la rápida

expansión de este concepto y a la construcción de nuevos accesos a la ciudad, podemos encontrar Lofts en otros contextos ambientales. Es muy común leer en los clasificados la oferta de espacios muy amplios, sin divisiones y sin terminaciones, bajo el rubro «Lofts». Estas construcciones no sólo las encontramos en el centro de la ciudad, sino también en barrios periféricos y zonas rurales en menor escala.

La imaginación y la creatividad en el proyecto de vestuario

por Alejandra Epector

“...el imaginario sopla donde puede y sin lugar específico se instala en la vida...una práctica que evoca la del niño que hace de un trozo de madera un caballo o de un trapo una bandera: la denominación de las cosas, separadas de su eficacia funcional, se abre a todo aquello que le propone el azar y remite al dinamismo de la creatividad de la que ya no son únicos depositarios el arte y la cultura...” (Jean Duvignaud, “El juego del juego”)

... No sé que me pasa. ... no tengo imaginación ...no puedo visualizar a los personajes...estoy estancada...no sé por dónde empezar.. sólo puedo diseñar producto ...me falta imaginación...

He escuchado estas frases en forma bastante generalizada durante el transcurso de este último año, especialmente a la hora de materializar proyectos. Frases que, hasta este momento, sólo aparecían esporádicamente como hechos aislados, vinculados a casos de dificultades a nivel creativo muy puntuales.

Comencé entonces a preguntarme el por qué de este impedimento que aparecen en el momento de la materialización visual del proyecto, a pesar de contar con documentación y análisis previos muy completos y el por qué de manifestarlo como una “falta de imaginación” independiente del acto o del proceso de diseñar. Es cierto que en el diseño de vestuario existen una serie de factores específicos que lo separan y diferencian del diseño de indumentaria - habiendo uno en particular que es su carácter de hecho artístico, lo que implica una gran cuota de vuelo imaginativo a la par del desarrollo de una metodología muy específica - pero el tema no me preocupaba tanto en relación a la materia en sí, sino al hecho de esta afirmación tan puntual de “no tengo imaginación”.

Creo que en la actualidad, paradójicamente, los alumnos cuentan con una sobrecarga impresionante de información visual pero a la vez carecen de motivación del desarrollo de la imaginación creadora. Sin embargo, toda persona tiene, potencialmente, toda la energía psíquica necesaria para crear e imaginar.

¿Cuáles son entonces los obstáculos que impiden a muchos alumnos alcanzar ese potencial?

Algunos de ellos están agotados por exigencias excesivas internas o externas, pero en general se percibe mucha dificultad de canalizar la propia energía creadora a partir de bloqueos culturales y emocionales, no pudiendo tampoco asociar un desarrollo

conceptual propio a una imagen que no sea otra que la estereotipada e impuesta por el medio en que se mueven.

Este último obstáculo es el que más me preocupa, porque la imaginación y la capacidad creativa son justamente los instrumentos adecuados para lograr configurar las condiciones de la existencia de una manera más propicia para el propio crecimiento. Un mundo imaginario limitado, empobrecido, confina a la persona a aceptar dócilmente un único punto de vista, sin ánimo de cambio ni de transformación. Más allá de la producción de objetos o ideas, ampliar el propio mundo imaginario, dar instrumentos a la creatividad, estimular la propia capacidad creativa, responden a una aspiración de libertad y a la determinación de desarrollar las propias potencialidades lo más plenamente posible. No propongo soluciones, porque la respuesta de implementar o reforzar las técnicas de creatividad en el aula me parece obvia y de algún modo superficial, ya que creo que el problema es de índole estructural y amerita una reflexión mucho más amplia y profunda.

“Cuando los niños meten sus manos en la arcilla las hunden en su imaginación y es su mundo interior el que se amasa entre sus dedos. Modelan la vasija y la vasija lo modela a él.” (op. cit.)

Mapa radial de la Ciudad de Buenos Aires

por Laura Denegri

Los contenidos de producción radial se dictan durante el segundo cuatrimestre del primer año de la carrera de Cine y Televisión y de Diseño de Imagen y Sonido; aunque por su carácter de electiva también la cursan alumnos de otras carreras. Esta materia tiene por finalidad reconocer a la radio como un medio de comunicación de masas que posee un lenguaje propio, diferente al utilizado por otros medios; un lenguaje que sólo cuenta con el sonido, y sus diversas modalidades,

para concretar la comunicación. La adquisición de los diversos contenidos son plasmados en un trabajo final; el mismo consta de la realización de un programa radial integrando la producción técnica, artística y comercial de modo tal que se puedan llevar a la práctica las técnicas y convenciones utilizadas para la producción radial.

Ante el deseo de algunos alumnos de poder concretar la emisión pública de los programas realizados, surgió la necesidad de saber dónde estaban ubicadas las diversas emisoras pertenecientes a la Ciudad de Buenos Aires. Esto llevó a realizar una pequeña investigación la cual no pudo resolverse a través de ninguna publicación hallada. Por lo tanto se decidió aunar los datos encontrados y buscar los faltantes. Cada alumno realizó un rastreo de las radios AM y FM que se podían escuchar desde su hogar. Esto permitió saber qué emisoras se recibían bien desde distintos puntos de la ciudad. De este modo se fueron conformando dos listas (AM y FM), las cuales contenían el número que indica la ubicación de la emisora en el dial (sintonía), y la denominación con la que se identifica. Luego se dividió al dial entre los alumnos para que por grupos se investigara la dirección y el teléfono de cada emisora.

Seguidamente, se decidió plasmar estos datos en un mapa de la Ciudad de Buenos Aires para reconocer cuáles eran las zonas con mayor población de emisoras y de esta manera economizar el tiempo necesario a la hora de ofrecer los diversos proyectos radiales. Se hizo necesario, entonces, un mapa de grandes dimensiones en el cual constaran todas las calles de la ciudad. Se recurrió al Gobierno de la Ciudad, y como gran sorpresa no se encontró ningún mapa actualizado, el más reciente corresponde al año 1984.

Sobre este mapa de cinco metros cuadrados se ubicaron todas las emisoras, diferenciando las radios AM de las FM y de aquellas que transmiten en ambas frecuencias; asimismo se diferenciaron aquellas que conforman una cadena, es decir, que pertenecen a un mismo grupo comunicacional.

Este mapa permanece en la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad y se encuentra a disposición de todos aquellos que deseen utilizarlo.

Asistencia académica a universidad uruguaya



Entre la Universidad de Palermo y la Universidad ORT de Montevideo, República Oriental del Uruguay, se lleva adelante desde el año 1996 el Convenio de Cooperación e Intercambio Académico. En el marco de este convenio, se realizan distintas acciones de asistencia académica, adiestramiento de docentes y colaboraciones especiales en áreas académicas afines entre ambas universidades.

Por séptimo año consecutivo, la Facultad de Diseño y Comunicación lleva adelante dentro de este “Convenio Marco”, el Programa de Transferencia de Tecnología: asesoramiento, capacitación y evaluación externa, con la Carrera de Diseño de

Interiores, dependiente de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad Ort de Montevideo.

Durante los días 20, 21 y 22 de febrero de 2002 se desarrollaron en la ciudad de Montevideo, las defensas de los trabajos finales de dicha carrera, para los alumnos que terminaron la carrera en el año 2001. Este trabajo final, que tiene carácter de tesis, otorga la graduación académica universitaria, y a su vez, la habilitación profesional de los estudiantes egresantes. Para participar en esta evaluación, fue invitado a conformar el tribunal el profesor José Ma. Doldan en representación de nuestra facultad, en carácter de evaluador externo de esa universidad.

OPEN DC

**Del lunes 8 al
viernes 26 de abril 2002**

“La participación en estas actividades me permitió ampliar mi abanico de posibilidades, verme más allá de mi profesión, ver una flexibilidad que no pensé que era posible (...) Quiero destacar la dedicación y el esmero de cada profesor en sus clases” (ver la transcripción completa de la carta de Cecilia Fernández Burlo en esta misma página)



Ciclo de talleres, libres y gratuitos, abiertos a la comunidad, organizados por la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Este ciclo de talleres, libres y gratuitos, abiertos a la comunidad se organizaron en las siguientes áreas: Diseño Industrial, Diseño Gráfico, Diseño de Interiores, Diseño de Modas, Diseño de Imagen y Sonido / Web, Publicidad, Relaciones Públicas, Organización de Eventos, Cine y Televisión.

Para consultar la oferta de talleres se puede ingresar la página web de la Universidad: www.palermo.edu/dyc o solicitar el folleto en la Facultad de Diseño y Comunicación.

CÓMO INSCRIBIRSE EN OPEN DC

- **Personalmente:** en Mario Bravo 1050, 1º piso, de 9 a 21 hs.
- **Por mail:** consultasdc@palermo.edu.ar
- **Por web:** en www.palermo.edu/dyc/ se encuentra el botón Open DC, hacés click e ingresás al listado de los talleres y el formulario de inscripción.
- **Alto Palermo, Abasto y Paseo Alcorta** en los stands UP

Los talleres son libres y gratuitos y tienen cupo limitado.

En el mes de febrero recibimos una carta de una concurrente a los Open realizados en 2001. A continuación la transcripción de la carta:

Facultad de Diseño y Comunicación
Att.: Sr. Decano
Lic. Oscar Echevarría

De mi consideración:

Por la presente tengo el agrado de dirigirme a Ud. para agradecerle la oportunidad que esta Universidad a través del programa Open DC y otras actividades abiertas a la comunidad que se organizaron a través de la Facultad que Ud. representa, las cuales me han sido de gran utilidad en este proceso de reorientación profesional en el que me encuentro debido a los graves problemas que representa el sector de la construcción y que a principios del año pasado, me obligaron a cerrar mi estudio de arquitectura.

La participación en estas actividades me permitió ampliar mi abanico de posibilidades, verme más allá de mi profesión, ver una flexibilidad que no pensé que era posible, disfrutar a lo grande de temas ajenos a mi profesión y motivarme a seguir investigando sobre las mismas. Me quedaron cursos por hacer que por cuestiones de cupo no pude realizar, quedándose las mismas en el tintero. Quiero destacar la dedicación y el esmero de cada profesor en sus clases y la posibilidad que nos han ofrecido de poder guiarnos en la selección de bibliografía que nos permita continuar explorando. Vale citar:

- V Jornadas de Relaciones Públicas. Premios EIKON 2001
- Conferencia sobre Catering. Salones y Catering: Éxito de un evento o fiesta social.
- I-Sat. Taller introductorio para la realización audiovisual: Módulos: Guión, Producción y Edición.
- Open DC: Area publicidad
- Como se boceta una campaña
- En pocas palabras: cómo redactar avisos y folletos

También quiero destacar la buena predisposición de la secretaria académica que supo orientarme y asistir ante cualquier consulta y el ámbito de cordialidad que se generó en cada encuentro por parte de los asistentes, perteneciente o no a la UP.

Sinceramente, nada me gustaría mas, que poder no solo definirme por una de las áreas a través de estos cursos pude conocer y continuar estudiando en esta universidad pero, por el momento debido a mi condición de desocupada, debo aprovechar esta oportunidad (mucho más valiosa de lo que la Universidad cree) y esperar a mejores momentos.

Si espero que en este 2002 podamos, quienes no pertenecemos a esta universidad, continuar asistiendo a este tipo de actividades abiertas a la comunidad, que tienen un gran valor no solo académico, sino también creativo, expresivo, profesional y en muchos casos de contención y formación continua (palabras que he escuchado varias veces por parte de alumnos y ex alumnos que se enorgullecen de su Universidad).

Sin mas, lo saludo atte.
Cecilia Fernández Burlo
Arquitecta

Convenio con el Centro Cultural Recoleta

El Centro Cultural Recoleta y la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, firmaron un convenio de colaboración que permite en lo inmediato el dictado de las clases teóricas prácticas de postproducción de sonido de la Carrera de Diseño de Imagen y Sonido, en las instalaciones del LIPM, perteneciente a ese Centro Cultural y que posee una tecnología de avanzada para la investigación y experimentación musical y sonora en general. Este acuerdo permite acercar a nuestros alumnos no solamente a una infraestructura tecnológica importante, sino ponerlos en contacto con un ambiente activo de creatividad y manifestación cultural en consonancia con la propuesta de nuestras aulas.

El convenio abre la posibilidad a la capacitación en nuestra Facultad, de empleados del CCR, así como de la participación protagónica de los alumnos de las demás carreras de Diseño y Comunicación en eventos, exposiciones y actos del Centro Cultural Recoleta. También se verá la presencia de esta institución en estas páginas informando de sus actividades, como los visitantes del Centro Cultural notarán a la UP en sus programas mensuales y en una de las banderas del Patio de los Tilos.

El documento que pone en marcha este acuerdo fue firmado por Nora Hochbaun, Directora General del Centro Cultural, Alejandro Corres e Isaac Zaharya, presidente y vice respectivamente de la Asociación Amigos del Centro Cultural Recoleta.



Becas a los mejores alumnos

La Universidad de Palermo, a partir del ciclo lectivo 2002, ha dispuesto becar los dos mejores alumnos de carreras de grado o licenciaturas de cada Escuela o Facultad. Tendrán una beca del 25% si su promedio en los finales superara 8.50 y del 50% si fuera mayor a 9.00, hayan cursado dos años o más en la Universidad y hayan aprobado los exámenes finales de la mitad o más de las materias que componen su plan de estudios, entre otros requisitos.

En nuestra Facultad han sido beneficiadas las alumnas Paula Marconi y Verónica Nocker de la Escuela de Comunicación y Mariela Dommarco y Angélica Ercole de la Escuela de Diseño.

Consultas sobre trabajos digitales

Nuevo servicio de la Facultad de Diseño y Comunicación

Los alumnos de la carrera de Imagen y Sonido que necesiten asesoramiento para la realización de los trabajos prácticos digitales, podrán concurrir directamente al laboratorio B-4 o B5, Mario Bravo 1302, los días Lunes y Miércoles de 13 a 15 hs. También podrán hacer sus consultas vía e-mail a digitaldc@palermo.edu.ar Sergio Colace, asistente universitario en el área digital de la Facultad de Diseño y Comunicación, responderá consultas de los alumnos.

diseño&comunicación

Dirección Editorial: Oscar Echevarría
Diseño: María Constanza Togni
Fotografía: Edgardo Díaz - Fernando Parra
Textos: Romina Pinto

Tirada: 5.000 ejemplares

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