

## SUMARIO

- ▷ Ciclo Open DC. 100 talleres libres y gratuitos Tapa
- ▷ Marketing en acción. Innovación en estrategias de marketing promocional. 11º Jornadas de Publicidad 2008 Página 2
- ▷ Tendencias gastronómicas. Jornada de Gastronomía 2008 Página 2
- ▷ Paisaje Urbe. Caso: Ciudad de Buenos Aires. Seminario de Diseño de Paisaje 2008 Página 2
- ▷ Preestreno del primer capítulo de la miniserie Mad Men de HBO en DC UP Página 2
- ▷ Cierre del Ciclo Diseño y Comunicación en las Artes del Espectáculo 2007: Ricardo Darín. Página 3
- ▷ Reseña Jornadas de Turismo y Aventura 2007: Extreme Páginas 4 y 5
- ▷ 3 Workshops de Prensa y Moda. Fashion Lab 08: Ana Torrejón, Matilda Blanco y Carmen Acevedo Díaz Página 5
- ▷ Escena Creativa 7: Teresa Costantini y Oscar Araiz Página 5
- ▷ Creaciones de estudiantes premiados: Vestuario. Interiores. Productos. Muebles. Vidrieras. Concursos 1º cuatrimestre 2007 Páginas 6 y 7
- ▷ Computación gráfica. Oferta de talleres abril 2008 Página 7
- ▷ Diálogo con profesionales. Ciclo de Desarrollo profesional. 4º años de todas las carreras Página 7
- ▷ Ganadores Proyectos Jóvenes de Investigación y Creación 2007-2 Páginas 10 y 11
- ▷ Estudiantes DC online. Marzo 2008 Página 11
- ▷ Nuevos profesionales de Diseño y Comunicación 2007 Página 12
- ▷ Dossier 14. Profesores de Diseño y Comunicación en el cierre de las XVI Jornadas de Reflexión Académica de la Facultad

## Marketing en acción Innovación en estrategias de marketing promocional



11º Jornadas Universitarias de Publicidad 2008  
Organizadas con Burson Marsteller y Zecat

22 de abril Libre y gratuito [+ info pág. 2]

## Tendencias Gastronómicas

Jornada de Gastronomía organizada junto a gh Grupo Gastronómico



23 de abril Libre y gratuito [+ info pág. 2]



## Paisaje Urbe

Caso: Ciudad de Buenos Aires  
Seminario de Diseño del Paisaje

[+ info pág. 2]

17 y 18 de abril  
Libre y gratuito

## D'Elía, Peña, Hendler y Stagnaro en DC-UP

Ciclo Diseño y Comunicación en las Artes de Espectáculo

Este ciclo se lleva a cabo los lunes a las 15 horas en el auditorio de la Universidad de Palermo, Mario Bravo 1050, 6º piso, con entrada libre y gratuita. 7 de abril: **Federico D'Elía**; 14 de abril: **Florencia Peña**; 21 de abril: **Daniel Hendler** y 28 de abril: **Juan Bautista Stagnaro**.



Federico D'Elía Florencia Peña Daniel Hendler Juan Bautista Stagnaro

## Teresa Costantini y Oscar Araiz en DC-UP

Escena Creativa. Seminarios de Autor en Teatro y Espectáculos. Abril 2008



[+ info pág. 5]

## 100 talleres libres y gratuitos



[+ info [www.palermo.edu](http://www.palermo.edu) ---> facultades\_escuelas ---> dyc ---> opendc]

Talleres en las siguientes áreas: Cine y TV, Guión, Coaching, Comunicación, Creatividad, Espectáculos, Imagen y Sonido, Interiores, Modas, Diseño gráfico, Industrial, Fotografía, Organización de Eventos, Publicidad, Marketing, Relaciones Públicas, Turismo, Hotelería, Creatividad Publicitaria, Diseño de Joyas, Management Gourmet, Paisajismo y Producción de Modas.



Del 14 de abril al 13 de mayo

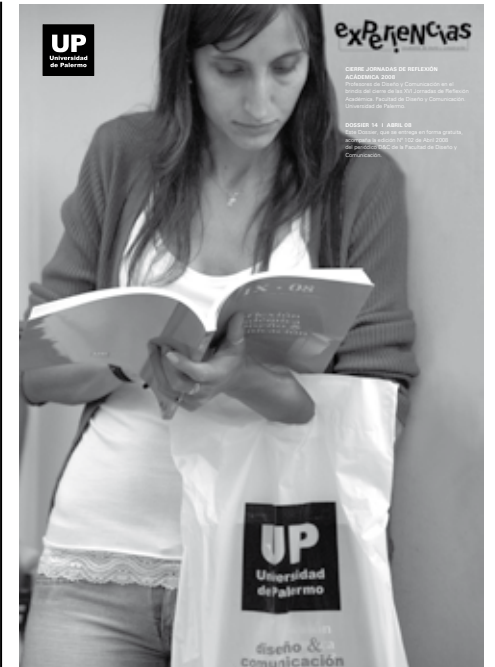
PARA IR AGENDANDO • MAYO 2008

**Producción de Espectáculos Musicales**  
7º Jornadas de Organización de Eventos organizadas con AOFREP  
6 de mayo, 10 hs.

**Las Joyas del Magreb**  
Ciclo Agenda Global  
15 de mayo, 10 hs.

**Escena Creativa**  
Marcelo Lombardero  
16 y 23 de mayo

Actividades libres y gratuitas. Inscripción: [consultasdc@palermo.edu](mailto:consultasdc@palermo.edu)



Dossier 14 | Abril 08

Profesores de Diseño y Comunicación en el cierre de las XVI Jornadas de Reflexión Académica de la Facultad.

## Prensa y Moda

Tres workshops dictados por Ana Torrejón, Matilda Blanco y Carmen Acevedo Díaz.

## FASHIONLAB08

[+ info pág. 5]

## Preestreno de HBO en DC-UP

Primer capítulo de la miniserie Mad Men en la Facultad antes que en TV

Las grandes agencias de Publicidad de Madison Avenue en los '60 en New York...

8 de abril, 19 hs. **HBO**

[+ info pág. 2]

## Vestuario. Interiores. Productos. Muebles. Vidrieras

Creaciones de estudiantes premiados en concursos internos de la Facultad en el primer cuatrimestre 2007.

### ACCION Y REACCION. Análisis y propuesta de dispositivo estático.

Estudiantes de la asignatura Introducción a la Tecnología (Diseño Industrial, 1º año)

Segundo premio: Marcos Chung (a)

Tercer premio: María Agustina Fernández (b)



a

b

[+ info pág. 6 y 7]



Ministerio de Educación  
Presidencia de la Nación

Por Resolución N° 251/08, Diseño en Palermo III Edición, Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008 cuenta con el auspicio del Ministerio de Educación de la Nación Argentina.

# Marketing en acción

## Innovación en estrategias de marketing promocional



11<sup>º</sup> Jornadas Universitarias de Publicidad 2008  
Organizadas con Burson Marsteller y Zecat

**22 de abril** Auditorio. Mario Bravo 1050

- |  |  |
|--|--|
| <p>10.00 <b>Introducción al marketing promocional. Definición, historia, evolución, conceptos claves.</b><br/><i>Cecilia Krapf.</i> Jefa de Marketing de Zecat.</p> <p>10.15 <b>El ABC para una promoción exitosa Del objetivo de negocios a la acción promocional</b><br/>Caso: Coca Cola. Petrobras. Chandon.<br/><i>Mariano Ratti.</i> Director comercial de Zecat.</p> <p>10.45 <b>Promoción en acción 1: Caso Danonino. Lanzamiento Dino Rock</b><br/><i>Andrea Fogaroli.</i> Senior Brand Assistant Danonino. Empresa: Danone.</p> | <p>11.45 <b>Promoción en acción 2: Caso Toyota</b><br/><i>Leonardo Sbarra.</i> After Sales Marketing Chief de Toyota.</p> <p>12.30 <b>Mesa redonda: Tendencias de marketing promocional. Estrategias de regionalización. Marketing promocional en el marco de un plan de comunicación</b><br/><i>Cecilia Krapf.</i> <i>Mariano Ratti</i> (Zecat)<br/><i>Cecilia Rossi.</i> Manager de Burson Marsteller.</p> <p>19.00 <b>Workshop: Estrategias en acción Aplicación de una estrategia de marketing promocional a partir de un caso real</b><br/><i>Mariano Ratti.</i> <i>Cecilia Krapf</i> (Zecat)</p> |
|--|--|

Coordinación: Pablo Franco. Cecilia Krapf. Claudia Alderete.



# Tendencias Gastronómicas

## Jornada de Gastronomía organizada junto a gh Grupo Gastronómico

**23 de abril** Auditorio. Mario Bravo 1050



- |  |   |
|--|---|
| <p>09.50 <b>Apertura</b><br/><i>Graciela Hernández.</i> Directora de GH Grupo Gastronómico</p> <p>10.00 <b>Organización y personal del restaurante de hotel</b><br/><i>Guillermo Busquiza.</i> Chef ejecutivo del Hotel Sheraton Pilar</p> <p>11.00 <b>Manejo y logística de una empresa líder en el mercado</b><br/><i>Ángel González.</i> Gerente de Logística. Distribuidora Metropolitana S.R.L.</p> <p>12.00 <b>La magia del caramelo. El N° 1 en Latinoamérica explicará técnicas y bondades del arte del caramelo</b><br/><i>Roberto Goñi.</i> Chef-pâtissier</p> <p>13.15 Break con degustación de quesos a cargo de los maestros queseros de SanCor</p> | <p>15.00 <b>Diseños de vanguardia en restaurantes temáticos</b><br/><i>Roberto Buffadossi.</i> Arq. Estudio Roberto Buffadossi &amp; Asoc.</p> <p>16.00 <b>Sinónimo de prestigio y alta cocina Un referente en el mundo de la Gastronomía. Sus secretos de éxito</b><br/><i>Jean Paul Boundoux.</i> La Bourgogne, Alvear Palace Hotel.</p> <p>17.00 <b>Mesa Redonda: El futuro de la actividad gastronómica. Empresarios referentes del rubro analizan el futuro y cuentan su visión del mercado</b><br/><i>Marcelo Martínez</i> (Café Martínez), <i>Daniel González</i> (Grupo Gastronómico Bs. As.), <i>Santiago Pichón Rivier</i> (Grupo Sociedad de Sabores - Tentissimo, Aberdeen Angus, China Deli)</p> |
|--|---|



Actividades libres y gratuitas. Requieren inscripción previa. Tel. 5199. 4500 internos 1502, 1530, 1570  
Mail: consultasdc@palermo.edu. El ingreso a la sala es por riguroso orden de llegada y capacidad de la misma.  
www.palermo.edu/dyc

# Paisaje Urbe

Caso: Ciudad de Buenos Aires  
Seminario de Diseño del Paisaje

[ OBSERVATORIO TEMÁTICO ]  
DISEÑO DE PARQUES Y JARDINES . DISEÑO DE INTERIORES

**17 y 18 de abril**  
Auditorio. Mario Bravo 1050



IFLA - International Federation of Landscape Architects

Paisaje-Urbe, Caso Ciudad de Buenos Aires es un evento organizado por la Facultad de Diseño y Comunicación y la Comisión de Relaciones Institucionales del CAAP, con el auspicio de IFLA -International Federation of Landscape Architects- y Revista Jardín.

**Jueves 17 de abril**

- 09.45 Bienvenida CAAP
- 10.00 **Evaluación de la calidad y fragilidad del paisaje**  
*Fabio Solari.* Ingeniero Agrónomo.
- 10.45 **Ecología en la urbe**  
*Rolando León.* Ingeniero Agrónomo. Doctor en Ciencias Naturales.
- 11.30 **Break**
- 11.45 **Historia de Buenos Aires**  
*Silvia Blanco.* Arquitecta.
- 12.30 **La ciudad de Buenos Aires frente al escenario del cambio climático global**  
*Eduardo Sierra.* Ingeniero agrónomo.
- 13.15 **Break**
- 14.30 **Mesa redonda: Paisaje vacante. Potencialidades y actores sociales**  
Presentación: *Adrián Martínez*  
*Roberto Mulieri,* *Gabriela Benito,*  
*Marcelo D'Andrea* y *Juan C. Wehbe.*
- 15.45 **Break**
- 16.00 **Workshop - taller participativo: Boulevard Av. Roca al Sur, Ciudad de Buenos Aires**  
Coordinación: *Patricia Casco,* *Edgardo Ruiz,* *Adrián Martínez,* *Alberta Zwaal*
- 18.00 **Conclusiones del taller**

**Viernes 18 de abril**

- 09.45 **Bienvenida**  
*Tomás Palastanga.* Director General de Políticas y Desarrollo del Espacio Público. Subsecretaría de Espacios Públicos. Ministerio de Ambiente y Espacios Públicos.
- 10.00 **Parques participativos en Bs. As.**  
*Fabio Márquez.* Tec. Superior Paisaje GCBA.
- 10.45 **El paisaje natural en el diseño de espacios verdes**  
*Gabriel Burgeño.* Planificación y Diseño del Paisaje UBA.
- 11.30 **Break**
- 11.45 **Una mirada del paisaje desde la geografía social**  
*Brisa Varela.* Geógrafa social y magíster en Ciencias de la Educación.
- 12.30 **Ética en el paisaje urbano**  
*Gustavo Nizzero.* Ingeniero Agrónomo.
- 13.15 **Break**
- 14.30 **Mesa redonda: Paisaje compartido Lo público y lo privado. Paisaje como recurso**  
Presentación: *Patricia Casco*  
*Lorena Allemani,* *Eduardo Ottaviani,*  
*Gloria Brenner* y *Cora Burgin.*
- 15.45 **Break**
- 16.00 **Workshop - taller participativo: Costanera Norte**  
Coordinación: *Patricia Casco,* *Edgardo Ruiz,* *Adrián Martínez,* *Alberta Zwaal*
- 18.00 **Conclusiones del taller**  
Coordinación: *Patricia Casco* y *Edgardo Ruiz*

# Preestreno de HBO en DC UP

## Primer capítulo de la miniserie Mad Men en la Facultad antes que en TV



Se proyectará el primer capítulo en la Facultad antes que en TV. Está previsto su estreno mundial el 19 de abril por la señal HBO. Esta miniserie interesa a los profesionales y estudiantes de Publicidad por su temática específica: las agencias de Publicidad de New York ubicadas en la Madison Avenue (Mad), momento en que la publicidad de las grandes agencias internacionales se vincula con la grandes empresas, marcas y productos que comienzan a tener un alcance e impacto mundial. También es importante para los estudiantes de Cine y TV, Escenografía, Vestuario y Dirección de Arte por el tratamiento histórico, visual y estético de la época. La gacetilla difundida por HBO señala: "Madmen narra la historia de los publicistas que le dieron forma a los sueños de América en los

años 60. Este provocativo drama descubre la competitiva vida de los hombres y mujeres que trabajan en Sterling Cooper, una gran agencia de publicidad de Madison Avenue (New York), desde donde hacen de la publicidad un arte de persuasión, mientras que sus vidas personales se ponen a la venta. Las mujeres empezaban a independizarse... El librium y los anticonceptivos estaban en boca de todos... El veto al cigarrillo y las políticas contra el acoso sexual eran todavía un proyecto a futuro."



**8 de abril, 19 hs.** Auditorio. Mario Bravo 1050

# “Yo creo que la profesión me ha salvado la vida”

Expresó Ricardo Darín a estudiantes en Diseño y Comunicación en octubre 2007

El 5 de noviembre 2007 Ricardo Darín cerró el ciclo, que se realizó por cuarto año consecutivo, Diseño y Comunicación en las Artes del Espectáculo. En esta página se incluyen fragmentos de la crónica de las presentaciones escritas por estudiantes de la Facultad que cursaron la asignatura Diseño de Espectáculos con la coordinación de los profesores Claudia Kricun y Dardo Dozo.

Ricardo Darín durante la charla en la Facultad de Diseño y Comunicación con los profesores Claudia Kricun y Dardo Dozo



## “Me siento cómodo y lo estoy pasando muy bien”. Ricardo Darín en DC, 5 de noviembre de 2007.

Informal y distendido, el hombre de barba y cabello desprolijo hace su presencia en el auditorio de la Universidad de Palermo luego de que los espectadores ocupasen todas y cada una de las sillas del lugar. De un lado y del otro, el auditorio se ve plagado de gente ansiosa por ver al protagonista de tantas películas memorables y éxitos televisivos, y preparan sus cámaras fotográficas y de video.

Pocos artistas logran generar el movimiento y causar la expectativa que produce un hombre como Ricardo Darín. Enseguida, y antes de empezar con la entrevista, aclara: “Generalmente no hago este tipo de entrevistas, porque no sé si soy lo que ustedes imaginan, o lo que quieren escuchar.” Y luego, con una sonrisa (la primera de muchas), aclara: “Igualmente me siento cómodo, y la estoy pasando muy bien.” Y no decepciona. No sólo habla de lo que se quiere escuchar, sino que lo dice de una manera tan natural, espontánea y jovial, que todos ríen con él y una multitud se avalancha, al final, a saludarlo y pedirle autógrafos.

Ricardo es hijo de actores. Desde pequeño, iba con sus padres a todas partes, los acompañaba a los estudios de televisión, los veía trabajar. “Mi vieja es una gran laboradora”, nos cuenta. Ambos formaban parte de una generación que les tocó presenciar el inicio de la televisión y eso fue difícil, porque venían del teatro. “Yo prácticamente vivía dentro de un estudio, me crié y crecí dentro de un estudio... eso hizo, en parte, que a la hora de trabajar no me encontrase con la hostilidad de las cámaras tan desnudo.”

Ricardo debutó en teatro a los trece años, con Ubaldo Martínez para un ciclo de Canal 7. “Era una obra de teatro que se transmitía en vivo por Canal 7. Así que a los nervios de la primera función había que sumarle los nervios de la

transmisión en vivo para todo un país” cuenta Ricardo. A pocos minutos de comenzada la entrevista, se proyecta un fragmento de *El hijo de la novia* (Juan José Campanella, estrenada, 2000). “Tener la chance de trabajar con una actriz como Norma es tremendo” nos cuenta orgulloso. Tiene una gran alegría por el trabajo y lo trasmite. “La actuación es un juego. El juego teatral tiene un rol que te hace creer que eso que estás jugando es cierto. Me gusta la sensación de encontrarme con un actor que está jugando a ese mismo juego; que se lo tome con responsabilidad” cuenta. “Es necesario que después salgan de ese juego, por supuesto. Un actor tiene que poder entrar y salir, sino es nocivo.” Y continúa: “Los maestros cumplen roles importantes... un profesor que tiene pasión por su trabajo da un ejemplo muy importante a los alumnos, más que aquel que enseña simplemente la teoría sin ponerse a él mismo como ejemplo.”

El éxito de Ricardo Darín no se limita sólo a territorio argentino. El protagonista de *El Aura*, *Nueve Reinas*, *La Señal*, *El Hijo de la Novia* y *Luna de Avellaneda* brilla con luz propia en otros países del mundo, principalmente en Europa, donde sus películas son reconocidas y gozosas de un gran éxito. “Yo creo que el cine argentino es muy reconocido hoy en día por sus guionistas, realizadores y actores. Estamos bien conceptuados, hay mucho talento. Yo creo que los guionistas y adaptadores necesitan más reconocimiento.” Sobre la fama nos dice: “Yo sé que hay una tendencia natural de ser reconocidos por nuestro trabajo” afirma. “Pero hay una diferencia en ser conocido o famoso por el trabajo que ser famoso por el simple hecho de serlo. Hoy en día uno busca la fama a todo precio, y eso es un error, porque no permite disfrutar de la vocación. Mi reconocimiento se fue dando paulatinamente, de a poco, y eso estuvo bueno... porque me fui acostumbrando a eso.” Ricardo Darín es un hombre de cine. Trabajó mucho tiempo en televisión:

“Pero necesitaba un descanso. La tv es una trituradora con tiempos y exigencias muy extrañas. Después de *Mi Cuñado* me hice tiempo para el cine y me fue bien. El cine da la oportunidad de jugar a un juego y después dejarlo, algo que la televisión no ofrece. Es más difícil jugar en TV.” Y en cine siguió un camino de éxito, representando papeles en las más prestigiosas películas de nuestro cine. Hasta que le llegó el turno de dirigir su ópera prima en el 2007, *La Señal*. “Sentí una gran presión y responsabilidad al momento de seguir el trabajo de Mignona. Siempre tuve admiración hacia él y sentí la obligación moral de hacer el trabajo que él no pudo realizar. Sin embargo, creí que no estaba a la altura de la circunstancias para hacerlo. Gracias a Dios, el equipo me apoyó muchísimo. Tuve un excelente equipo.” ¿Tenés miedo a ser criticado? “No son críticas constructivas, aquellas que no tienen una recarga negativa sobre los errores que uno puede cometer. Yo respeto eso, se puede llegar a aprender de eso; si se justifica.” Luego de ver otros fragmentos de sus películas como *La Fuga* (Eduardo Mignona, 2001) y *Samy y yo* (Eduardo Milewicz, 2002), Ricardo reflexiona y afirma que la profesión le ha dado mucho más de lo que le ha quitado y reconoce que es una ser caótico a quien la profesión ordenó. “No sé que hubiese sido de mi hoy. Yo creo que la profesión me ha salvado la vida. Me ha hecho crecer como persona, como hombre. El teatro te mejora, el teatro te cura.” Para finalizar y cerrar un recorrido que comienza con los juegos de la infancia del entrevistado, se hace la clásica pregunta sobre cómo -en este caso Darín- se imagina la vejez. “No sé si voy a tener una vejez. No me visualizo en la vejez” nos cuenta. “Interiormente siento que no pasé la adolescencia... en muchos aspectos mis hijos son mucho más maduros que yo.” Luego, se queda pensando unos segundos. Y ya, un poco más melancólico, dice: “Nietos. Ver nietos. Esos sería maravilloso.”

## Invitados al Ciclo Diseño y Comunicación en las Artes del Espectáculo

### 2004

Alfredo Alcón • Fabián Gianola • Natalia Oreiro • Ana Acosta • Julieta Ortega • Julia Calvo • Carola Reyna • Alejandra Boero • Gabriel Goity • Pepe Cibrián Campoy • Boy Olmi • Mauricio Dayub • Roberto Carnaghi • Blanca Portillo.

### 2005

Adelaida Mangani • Martin Seefeld • Vicentico • China Zorrilla • Alejandro Dolina • Sergio Renán • Paola Krum • Miguel A. Rodríguez • Claudio Gallardaou • Julio Chavez • Mauricio Wainrot • Gerardo Sofovich • Jorge Suarez • Soledad Villamil • Pablo Echarri • Cecilia Roth.

### 2006

Lino Pantalano • Diego Peretti • Gastón Pauls • Nancy Duplaá • Guillermo Francella • Jorge Guinzburg • Sebastián Borestein • Adriana Varela • Ricky Pashkus • Oscar Martínez • Jorge Marrale • Damián De Santo • Claudia Lapacó • Roberto Petinatto • Joaquín Furriel.

### 2007

Mercedes Morán • Graciela Borges • Luis Brandoni • Raúl Portal • Eleonora Wexler • Andrea Frigerio • Víctor Laplace • Alfredo Arias y Marilú Marini • Pancho Guerrero • Tommy Pashkus • Cristina Banegas • Horacio Roca • Julieta Díaz • Fabián Vena • Ricardo Darín.

COMPLEJO TEATRAL DE BUENOS AIRES

El hombre que dice que el humor nace del dolor, el hombre que ha transitado el cine, el teatro y la televisión con el mismo éxito, que sonríe y hace bromas constantemente, mira a los alumnos y sonríe, como despedida. Atrás quedaron las anécdotas y la riqueza de las palabras de un hombre como Ricardo Darín. Aunque nosotros sepamos, luego de escucharlo, que la suerte sólo es un factor menor cuando se tiene tanto talento. (Texto del estudiante Matías Aimar).



Ricardo Darín durante la charla con estudiantes en la Facultad de Diseño y Comunicación



## Abril 2008

Este ciclo se lleva a cabo los lunes a las 15 horas en el auditorio de la Universidad de Palermo, Mario Bravo 1050, 6° piso, con entrada libre y gratuita. 7 de abril: **Federico D'Elia**; 14 de abril: **Florencia Peña**; 21 de abril: **Daniel Hendler** y 28 de abril: **Juan Bautista Stagnaro**.

# “Sudamérica tiende a convertirse en un líder indiscutible en el mercado global de turismo verde”

Opinó de Carlos Pelli, Gerente Comercial de BFP Viajes, en las 2<sup>º</sup> Jornadas de Turismo de Aventura en DC UP

El 30 de octubre la Escuela de Turismo y Hotelería realizó junto a BFP Activo las 2<sup>º</sup> Jornadas de Turismo de Aventura intitulada “Extreme”. Propuestas y emprendimientos de profesionales presentes en la Facultad expresaron la utilidad de este sector especializado del Turismo receptivo en Argentina.



Mariano D'Alessandro (MTB Tours), Carlos Pelli (MTB Tours), Marisa Voitti (Finisterris) y Virna Lavarino (Sabores y Aventura Gourmet) >

La apertura de la jornada estuvo a cargo de **Carlos Pelli**, Gerente Comercial de BFP viajes. En su charla dejó establecido que es el Turismo Activo y de que manera involucra a quien lo desarrolla desde un fuerte protagonismo. “El Turismo Activo es aquel que se practica cuando el viajero es actor y no espectador, interactuando con sus pares y el entorno”. Pelli se refirió a este tipo de turismo cómo de alto contenido en relaciones, camadería, contención y apoyo mezclado con un alto grado aspiracional y búsqueda constante de beneficios entre los que podemos mencionar los Beneficios Funcionales (Descubrimiento y extra lúdicos), Beneficios Emocionales (Actitud y sentido de pertenencia), y Beneficios de Autoexpresión (Concreción de sueños, seguridad, formación, entrenamiento, etc.).

Un estudio de tendencias indica que quienes consumen estos programas buscan identificación de características comunes de los cazadores de experiencias. No tienen relación con la nacionalidad u origen de nacimiento. Siempre chequean los temas de seguridad y exigen equipo idóneo de profesionales que conducen la actividad. Estos cazadores de experiencias tienen algunos puntos comunes, por ejemplo, iniciativa de auto desarrollo y aprendizaje; disfrutan de las relaciones interpersonales y tienen gran sentido de la libertad y el “escape”. Además buscan experimentar por sí mismos. Este perfil de consumidor posee mente abierta, gustan de la interacción con la comunidad local y con gente “real”. Seleccionan viajes personalizados, evitando la masificación y poseen una amplia cultura literaria y / o de investigación. La cadena de valor en estos viajes pasa fundamentalmente por la creación de valor a nivel comercialización a partir de la excelencia operativa, la responsabilidad social y por las alianzas estratégicas generadas, locales y regionales.

Antes de concluir su presentación el expositor dejó algunas conclusiones que permiten conocer más de cerca lo que está pasando en Turismo Activo. Comentó que “Sudamérica tiende a convertirse en un líder indiscutible en el mercado global de turismo verde”; comienza a profesionalizarse el planeamiento Estratégico de las actividades y de los destinos; se establece la Gestión de Procesos, normalización y gestión de actividades; en Argentina, IRAM-SECTUR e ISO; gestión de los RRHH; y finalmente hizo hincapié en la sustentabilidad de las actividades.

Luego **Rossana Di Mécola** de Bonanza de Deltaventura definió su proyecto cómo 100% de Ecoturismo. Convocó a todos a conocer el Delta que es un espacio que se está desarrollando cómo una excelente alternativa de turismo cercano. Ellos se encuentran ubicados en la primera sección del Delta, sobre el río Carapachay, son 6 hectáreas. Iniciaron sus actividades en el año 2003. Es un emprendimiento unipersonal realizado en una propiedad familiar. Ofrece la posibilidad de multiservicios que prometen una travesía única: montes, pajonales, lagunas y aves. El circuito comprende 3km de senderos muy agrestes donde guías bilingües acompañan y prometen disfrutar de la gran riqueza de la flora y fauna. Ofrecen almuerzo y luego del mismo remontan el río a bordo de canoas. Además se puede elegir entre cabalgatas, bicicletas, fútbol, ping-pong, tejos, pesca recreativa, avistaje de aves, paseos e instrucción en canoas canadienses. La cabalgata se incorporó por que la gente lo solicitaba, les gusta el folklore de sentirse gauchos por un rato. Los grupos para cabalgatas no superan las 6 personas. Para el relax hay hamacas y reposeras, frente al río, los que quieren tienen la posibilidad de contar con equipo de mate. Para los que desean un programa más completo pueden optar por descansar, a la noche, en la casona antigua del año 1898, con cómodas habitaciones calefaccionadas y con ventiladores de techo, cuenta con una acogedora recepción con hogar a leña. El lugar es visitado por un alto porcentaje de turistas extranjeros y los paseos no se suspenden por mal tiempo. Los productos que acompañan la propuesta gastronómica son todos cosechados en el lugar y hechos artesanalmente.

El segmento de mercado que los elige es el de extranjeros amante de la naturaleza, personas activas, nativos, estudiantes, jóvenes, mayores especiales (jubilados), segmento corporativo.

Continuaron **Clelia López** y **Gonzalo Casanova Ferro**, representantes de la SECTUR, especialistas en calidad y Asesor IRAM. Inició la charla Casanova Ferro y su primera expresión fue de reconocimiento a los ámbitos universitarios que, según su entender, son el espacio que mejor puede responder a las necesidades que la gestión pública tiene de desarrollar la gestión del conocimiento. Habló sobre la ausencia de planificación que había en Turismo hasta hace poco tiempo. Ese escenario cambió a partir de la Ley Nacional de Turismo N° 25.997, sanciona-

da en 2004, basada en nuevos principios cómo sustentabilidad y dándole vida a organismos que ya existían. Así se resolvió la planificación con un plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable que prevé todo hasta el año 2016. Actualmente la promoción está alineada con la estrategia marca país que construye identidad. Hoy el escenario es diferente, existe una clara política que incorpora al capital privado. La visión es convertir a la República Argentina en el país mejor posicionado turísticamente por la calidad y la diversidad de su oferta. Basándose en desarrollos territoriales equilibrados y respetuosos del hábitat e identidad de sus habitantes, las metas son generar sistemas integrados de gestión de la calidad, fomentar la investigación, capacitación y orientación al mercado laboral, y difusión de herramientas para la gestión de la calidad.

**Clelia López** por su parte, comentó sobre la actividad de IRAM. La disertante dijo que IRAM es una ONG de utilidad pública, reconocida como organismo nacional de normalización que representa a la Argentina ante organismos internacionales y regionales de normalización.

Por la tarde, el primer invitado fue **Martín Badr**, Asesor de la Asociación Argentina de Ecoturismo y Turismo Aventura (AAETAV). Su tema fue el rol protagónico de la AAETAV en la calidad del Turismo Activo. Esta asociación tiene un año de vida, nuclea a todos los que participan en turismo activo que es más que turismo de aventura. Nace en el marco de la FIT, Feria Internacional de Turismo de América Latina, en el año 2006. Su misión es promover el profesionalismo en la prestación de los servicios relacionados al Turismo Activo priorizando la calidad, la seguridad y el desarrollo sustentable, en cooperación con los diferentes actores involucrados del ámbito público y privado. Busca incentivar la conservación del patrimonio natural y cultural y de las comunidades locales. Se infiere de la charla que el sector cuenta con una demanda creciente que exige aumentar calidad y cantidad profesional de los recursos humanos para atender la demanda en cuestión. Es un factor priorizado por los turistas el de servicio de alta calidad y seguridad.

Por la tarde el tema convocante fue la indumentaria para turismo de aventura. **Gustavo Glickman**, CEO de Outside Mountain Equipment presentó el tema y trajo muestras de telas que son, hoy, las elegidas por las marcas referentes

en el mercado. Hace 10 años la ropa de lana o de algodón eran las utilizadas, hoy las fibras inteligentes y materiales sintéticos junto a las telas con tratamientos antiplama son las privilegiadas. Se buscan las telas interiores, intermedias y exteriores en contacto con la piel con capacidad de absorción, todas las telas son de poliéster o sintéticas con tratamiento antibacteriano para evitar olores. Las prendas requieren distintos componentes según la zona a la que vamos. La capa intermedia suele ser de polar de distinto espesor que es la capa aislante. El duve o camperas de pluma están de moda, pero no es siempre la mejor alternativa ya que es buena para estar estático por que en movimiento genera mucho calor. En cambio el polar regula mejor la temperatura. También se refirió a las fibras naturales cómo el algodón que tienen el inconveniente de ser putrescibles.

**Tomás Walter** focalizó su charla en el Socorrimo y presentó todas las actividades y cursos que ofrece EASPA cuyos certificados habilitan a quienes realizan los cursos a trabajar en el exterior. Estos cursos enseñan cómo socorrer a heridos cuidando la seguridad y enfatizando el uso de materiales descartables en la tarea, luego también concientizan de la necesidad del cuidado del medio ambiente.

Más tarde se presentó **Ezequiel Gatti** de Malouines, quien habló de su actividad: las Islas Malvinas. Le preguntaron por el nombre y su significado, Malouines significa Malvinas en francés. Hizo referencia a cómo inició su proyecto partiendo de la base de que cuando tomamos un destino turístico nuevo hay que investigar que vamos a ofrecer. En su caso arrancó de la historia gauchesca, la guerra, la flora y fauna que es una mezcla atrapante para el turista. Contó que cuando llega al destino un crucero son 1800 personas en el día recorriendo el lugar. El perfil del viajero suele estar definido por fotógrafos y documentalistas, gente interesada en la historia que busca turismo de guerra, campos de batalla, etc. El lugar les ofrece muchos testimonios de lo que allí ocurrió a nivel histórico desde cañones, balas de misil, helicópteros, además del avistaje de fauna con la posibilidad de contacto más cercano con las colonias de animales. Se utilizan vehículos 4x4 y aviones Britten Norman Islander con capacidad para 8 pasajeros que vuelan a 300 metros de altura. Malvinas presenta una geografía plana de mar azul que se disfruta mucho desde arriba.



Ya para finalizar la jornada se ofreció una mesa de prestadores de servicios muy diversa. La coordinación de la misma estuvo a cargo de Carlos Pelli. En primer término habló **Mariano D'Alessandro** de MTB Tours. Su propuesta fue turismo en bicicleta. Es un turismo bien activo que requiere mucho esfuerzo físico. Ellos son un grupo de profesionales que brindan un servicio personalizado. Las travesías se escogen acorde al estado físico de quien realiza la travesía. Cuentan con 10 programas diferentes. El cruce de los Andes es el viaje más marketinero Arg-Chile-Andes cross. Se ocupan del servicio mecánico de las bicicletas, de la entrada en calor de la gente, de las comidas, armado y desarme de las carpas y del seguro médico. Para los fines de semana venden muy bien Tandil y Sierra de la Ventana, Córdoba sólo para los fines de semana largo. Cada 10 personas se asigna un instructor. Para un grupo de 25 personas hay 7 personas de la empresa entre choferes, ayudantes de cocina y guías de montaña. El idioma es fundamental y los más utilizados son: Inglés, portugués, italiano y francés. El problema en nuestro país es que aún no hay muchos senderos los recorridos se realizan por caminos de ripio.

Le siguió la charla de **Marisa Viotti** de Finisteris, un lugar de ensueño. Es un lodge-relax. El primero de América con spa privado en cada cabaña. Está ubicado en Ushuaia en el Monte Susana. Cuenta con 125m cada cabaña ubicadas a 150m a nivel del mar, cerca de la Ruta Nacional 3 a 3 km. del Parque Nacional Tierra del Fuego. Son cabañas hechas en lenga, piedra y madera, realizadas artesanalmente. Tienen 5 ambientes especiales para matrimonios con 2 ó 3 menores. Está pensado para turistas extranjeros, el público consumidor son pasajeros noruegos, californianos, alemanes, rusos y españoles. Cada unidad tiene hidromasaje doble, sauna, baño a vapor y pueden solicitar dieta especial o un chef en la cabaña que les cocine lo que es huésped desea cada día. Organizan programas personalizados a saber: cabalgatas por montes vírgenes, *trekking*, etc. Es un lugar dónde la aventura está en comunión con la naturaleza y con toda la tecnología *wi fi*, *home theatre*. Todo está pensado con detalles exquisitos desde la vajilla tailandesa con toques en oro hasta las delicias gourmet a base de centolla, cordero patagónico, *sushi* y frutas exóticas. Es un servicio de alta gama que según su dueña está exigiéndoles expandirse ya que el nivel de ocupación es alto. Para finalizar pasó un video con imágenes del lugar dónde no faltaron atardeceres dentro de las cabañas todas vidriadas con un paisaje que brinda relax y belleza a sus visitantes.

Luego llegó el momento de propuestas gastronómicas que también forman parte del turismo de aventura. Estuvo presente **Virna Lavarino**, que compartió su emprendimiento Sabores y Aventura Gourmet. El mismo consiste en fusionar turismo y gastronomía. Es una propuesta para quienes desean poner las manos en la cocina desde la elección de los elementos que van a utilizar para hacer su comida. Para ello, Lavarino, los lleva al Mercado del lugar, sea Salta, Tucumán o Jujuy y allí les muestra cómo seleccionar las frutas, verduras y carnes según la estación, proteínas, sabores y hasta colores que deseen darle a su plato. El objetivo es que el turista sea un protagonista activo en la cocina, para esto los introduce en la historia de los sabores. El desafío es aprender viviendo la experiencia.



Clelia López (SECTUR)



Rossana Di Mécola (Bonanza de Deltaventura)



Gustavo Glickman (Outside Mountain Equipment)



Gonzalo Casanova Ferro (SECTUR)



Martín Badr (AAETAV)



Tomás Walter (EASPA)



Ezequiel Gatti (Malouines)

**Más información sobre la carrera Turismo Aventura en:**  
[www.palermo.edu](http://www.palermo.edu) ---> Turismo y Hotelería  
 ---> Turismo Aventura

## Fashion Lab o8

Prensa y Moda / 3 workshops

# tendencia

**Fashion Lab es el espacio académico de capacitación y actualización en Producción de Modas. Está integrado por workshops intensivos de 3 horas de duración dictados por destacados profesionales del sector.**

Programación Abril

### PRENSA Y MODA / 3 workshops

En la actualidad los soportes y las revistas especializadas se han diversificado y abordan los distintos géneros periodísticos de moda a través de la crónica, la crítica especializada, el reportaje, o la entrevista. En este contexto en constante movilidad, especialización y profesionalismo se hace indispensable una formación sólida y actualizada en las últimas tendencias en el campo editorial de moda. Estos laboratorios abordan diversas miradas y acercamientos al periodismo y al editorial de moda, tratando de visualizar cuál es la tendencia en el futuro de la prensa de moda.

#### 1. Periodismo y comunicación en moda

Miércoles 16 de abril de 14 a 18hs

Ana Torrejón

En los últimos años la prensa femenina se ha transformado en un catalizador de las tendencias propuestas por las marcas, los creadores, la industria, el circuito de producción y los grupos de opinión ligados a la moda. Desde su amplia trayectoria en el periodismo de moda Ana Torrejón se propone trabajar las distintas instancias en la composición global de los medios femeninos. El trabajo que se realizará en el workshop tendrá una modalidad teórico - práctica y abarcará los distintos ámbitos en que se desarrolla una nota periodística en un editorial de moda.

#### 2. Editorial y producción de modas

Miércoles 23 de abril de 14 a 18 hs.

Matilda Blanco

La productora de modas Matilda Blanco se propone un acercamiento a las últimas tendencias editoriales integrando las funciones elementales de comunicación y percepción de la imagen de moda a los medios gráficos. En este workshop se trabajará desde una modalidad teórico-práctica de la producción de modas, y se solicita a los asistentes traer materiales para el armado de un vestuario (telas, hilos, ganchos, alfileres, etc.) el cual será montado sobre maniqués, con el fin de realizar una práctica *in situ*.

#### 3. Lenguaje y periodismo de moda

Miércoles 30 de abril de 14 a 18 hs.

Carmen Acevedo Díaz

La periodista Carmen Acevedo Díaz trabajará sobre el manejo de la información periodística, distinguiendo lo importante de lo accesorio, y el uso comercial de una nota. Reflexionará sobre las formas de acceso a la prensa de moda por parte de los diseñadores y las empresas haciendo hincapié sobre la calidad de las notas periodísticas, el valor del espacio y la imagen en el tratamiento de la noticia o cobertura. El trabajo que se realizará en el workshop tendrá una modalidad teórico - práctica y abarcará un análisis crítico del lenguaje de las gacetas y las notas.

## Escena Creativa 7

**Seminarios de Autor**  
 EN TEATRO Y ESPECTACULOS

**Comienza el séptimo ciclo de este espacio de capacitación y actualización en el que los protagonistas y creadores de hoy presentan su producción, reflexionan sobre su obra, explican técnicas y, por sobre todo, dialogan con jóvenes que han comenzado a recorrer su mismo camino profesional y los reconocen como maestros.**

#### Las imágenes y la dirección de actores

23 y 30 de abril de 11.30 a 13.30 hs.

Teresa Costantini (actriz - directora teatral y cinematográfica)

El formato audiovisual requiere un tratamiento de la actuación diferente al espectáculo teatral, no sólo desde las técnicas actorales utilizadas sino desde la composición, la estética de la imagen, la articulación, los cuerpos de los actores y el montaje con los otros signos que conforman el lenguaje cinematográfico. Desde su amplia experiencia como actriz y directora teatral y cinematográfica, Teresa Costantini, se propone en este seminario, indagar sobre las distintas formas de encarar la dirección de actores, partiendo del análisis de casos testigos como sus realizaciones: *Sin intervalo* (realizado en video digital), *Habitación 306* (para el ciclo de Canal 7 *Ensayos*), *Acrobacias del Corazón* (1999), *El amor y la ciudad* (2007).

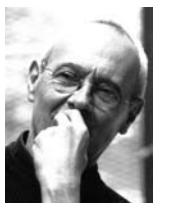


#### Dramaturgia en Danza

25 de abril y 2 de mayo de 11.30 a 13.30 hs.

Oscar Araíz (coreógrafo)

Desde su amplia experiencia y trayectoria como coreógrafo, Oscar Araíz se plantea trabajar en este seminario la problemática de la dramaturgia en danza partiendo de las modalidades de adaptación, literalidad y estilización, el trabajo sobre el tiempo dramático y musical, la gestualidad y la particular relación que se establece entre sus coreografías y el lenguaje cinematográfico, en cuanto a conceptos como profundidad, relieve, velocidad y amplificación. Para explorar estos contenidos, el coreógrafo propone abordarlos en sus versiones de *Boquitas pintadas* de Manuel Puig (TMGSM: 1997), *Torito* sobre el cuento de Julio Cortázar (C.C. Recoleta: 2004), *Sinfonía* y *Escenas de familia*.



Actividades gratuitas con inscripción previa. Se debe enviar, vía e-mail a [teatrodc@palermo.edu](mailto:teatrodc@palermo.edu), Curriculum Vitae (relacionado a actividades artísticas), detallando nombre del/los seminarios que desea realizar. Informes: 5199-4500 int / 1530 / 1514 / 1502. Talleres gratuitos. Cupos limitados. Coordinación Académica: Héctor Calmet y Andrea Pontoriero

# Vestuario. Interiores. Productos. Muebles. Vidrieras

Creaciones de estudiantes premiados en concursos internos de la Facultad en el primer cuatrimestre 2007. En las próximas ediciones de DC se publicarán los ganadores de los otros concursos.

## IDEAS EN VIDRIERAS. Diseño de Interiores.

Estudiantes de la asignatura Diseño de Interiores I (Diseño de Interiores, 1º año)

*Primer premio compartido:* María Florencia Fossati, Belén Perez Terron (Prof. Estela Recca), María Elena Osorio Amezaga (Prof. Mónica Balabani).  
*Segundo premio compartido:* María Victoria Gattoni Cerruti, Noah Kang (Prof. Recca), Joanna Pamela Roca Andrade (Prof. Silvia Porro).

*Tercer premio compartido:* Ariana Bekerman, Ana Patlis, María del Rosario Salas (Prof. Recca), Marina Sokolova (Prof. Graciela Tripi).  
*Menciones:* Luciana Burgueño (Prof. Recca), Alicia de la Torre Collantes (Prof. Tripi), Paola Gallarato (Prof. Porro), Gustavo Gifoli (Prof. Balabani), Claudia Gonzalez Sarubbi (Prof. Recca), Lucas Milossi (Prof. Recca), Eduardo Rodríguez Perera (Prof. Tripi), María Belén Sole (Prof. Tripi), Federico Spoltore (Prof. Porro) y Ana clara Zampieri (Prof. Balabani).



Primer premio: María Florencia Fossati



Primer premio: Belén Perez Terron



Segundo premio: María Victoria Gattoni Cerruti



Segundo premio: Noah Kang



Tercer premio : Ariana Bekerman



Tercer premio: Ana Patlis



Tercer premio: María del Rosario Salas



Tercer premio: Marina Sokolova

## USO Y FUNCION. Diseño de productos de interfase usuario-producto intensiva

Estudiantes de la asignatura Diseño de Productos III (Diseño Industrial, 2º año)

*Primer premio compartido:* Emiliano Bengochea - Lucas Machado (Prof. Javier Previgliano)  
*Segundo premio:* Matías Aspiroz (Prof. Marco Sanguinetti)

*Tercer premio compartido:* Pauline Maria Boccio Hillen (Prof. Previgliano) - Natalia Di Salvo - Mercedes Rols (Prof. Sanguinetti)



1º premio: Emiliano Bengochea



3º premio: Mercedes Rols



1º premio: Lucas Machado



2º premio: Matías Aspiroz



3º premio: Natalia Di Salvo



3º premio: Pauline Maria Boccio Hillen

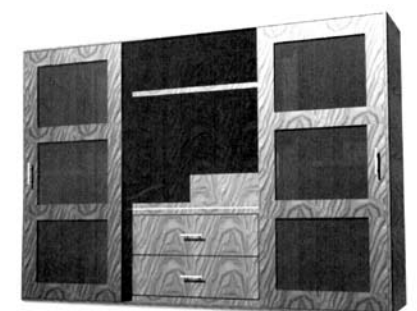
## PURA FIBRA. Análisis y propuesta de optimización de un producto resuelto con madera y cerámica.

Concurso 49. Estudiantes de la asignatura Materiales y Procesos II (Diseño Industrial, 2º año)

*Primer premio:* Alejandra Raquel Bochi  
*Segundo premio:* Diego Sebastián López  
*Tercer premio:* María Victoria Recondo (Prof. Adrián Glassel)



Primer premio: Alejandra Raquel Bochi



Segundo premio: Diego Sebastián López



Tercer premio: María Victoria Recondo



1º premio: Fabrino de Rosa



1º premio: Tania Simbron



2º premio: Julieta Fernández Riachi



3º premio: Daniela Zapata



3º premio: Mariana Pertusati



3º premio: M. Pérez San Martín

## DISEÑO EN ESCENA. Proyecto de diseño de vestuario

Estudiantes de la asignatura Vestuario (Lic. en Diseño de Espectáculos)

*Primer premio compartido:* Tania Simbron (Prof. Alejandra Espector), Fabrino de Rosa (Prof. Silvana de la Torre)

*Segundo premio:* Julieta Fernández Riachi (Prof. de la Torre).

*Tercer premio compartido:* Macarena Pérez San Martín, Mariana Pertusati (Prof. Espector), Daniela Zapata (Prof. de la Torre).

## ESTUDIANTES PREMIADOS

**SISTEMA Y ARMONÍA. Azulejos, cerámicas, guardas y alfombras.**

Estudiantes de la asignatura Introducción al Lenguaje Visual (Diseño de Interiores, 1º año).

*Primer premio compartido:* Paola Gallarato, Marina Sokolova (Prof. Antonio Sensini), Gustavo Gífoli, Roxana Graciela Babsky (Prof. G. Dittler)  
*Segundo premio compartido:* Tania Pieres, Federico Spoltore (Prof. Sensini), Tamara López Carauñi, Irina San Román (Prof. Dittler)  
*Tercer premio compartido:* Luciana Burgueño, Florencia Ravalli (Prof. Sensini), María Laura Strasberg (Prof. Dittler)

*Menciones:* Alicia de la Torre Collantes, Verónica Sica (Prof. Sensini).



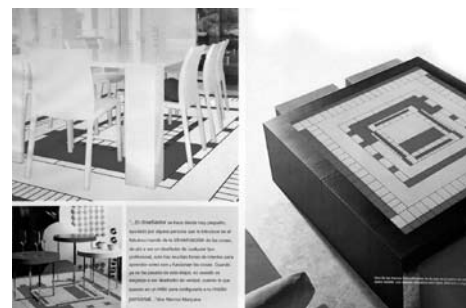
1º premio: Marina Sokolova



Mención: Verónica Sica



3º premio: Luciana Burgueño



2º premio: Irina San Román

**DISEÑO COTIDIANO. Diseño de productos de entorno doméstico**

Estudiantes de la asignatura Diseño de Productos I (Diseño Industrial, 1º año)

*Primer premio compartido:* Germán González (Prof. Carlos Arach) - Patricio Szendiuch (Prof. Eugenio Lerner)

*Segundo premio compartido:* Darío Nochetti (Prof. Arach) - Paula Velez (Prof. Marisa Glaserman)

*Tercer premio compartido:* Martín Bianchi - Gabriel Lee (Prof. Lerner)



1º premio: Germán González 2º premio: Darío Nochetti



1º premio: Patricio Szendiuch 2º premio: Paula Velez



3º premio: Martín Bianchi 3º premio: Gabriel Lee



2º premio: Tania Pieres



1º premio: Paola Gallarato

**ESCENOGRAFIA Y CREACION. Diseño de escenografía.**

Estudiantes de la asignatura Escenografía I (Lic. en Diseño de Espectáculos - Escenografía, 1º año)

*Primer premio:* Victoria Astica y Laura Insenga (Prof. Héctor Calmet)

*Segundo premio compartido:* María Belén Gallo, Sonia Magali Storino y Catalina Zedan (Prof. Héctor Calmet) - Lucio Martín Tirao



1º premio: Victoria Astica y Laura Insenga



2º premio: Lucio Martín Tirao



2º premio: M. B. Gallo, S. Storino y C. Zedan

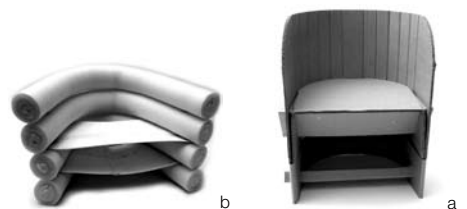
**ACCION Y REACCION. Análisis y propuesta de dispositivo estático.**

Estudiantes de la asignatura Introducción a la Tecnología (Dis. Industrial, 1º año)

*Primer premio:* Gabriel Lee (Prof. Quinteros)

*Segundo premio:* Marcos Chung (a)

*Tercer premio:* María Agustina Fernández (b) (Prof. Previgliano)



a b

**COMPUTACION GRAFICA**

TALLERES

ABRIL 2008

**Comienza semana del lunes 14 de abril**

**Photoshop.** Prof. Graciela Reyes  
Lunes 18.45 a 20.15 hs. Oferta 3377

**Illustrator.** Prof. Graciela Reyes  
Lunes 20.30 a 22 hs. Oferta 3383

**Autocad.** Prof. Nancy Fajgenblat  
Martes 8 a 11.15 hs. Oferta 3390

**Flash.** Prof. Gabriel Villafines  
Martes 14 a 15.30 hs. Oferta 3387

**Dreamweaver.** Gabriel Villafines  
Martes 15.45 a 17.15 hs. Oferta 3392

**Photoshop.** Prof. Diego Wolfson  
Martes 14 a 15.30 hs. Oferta 3378

**Photoshop.** Prof. Diego Wolfson  
Martes 15.45 a 17.15 hs. Oferta 3402

**Flash.** Prof. Gastón Ditommaso  
Miércoles 18.45 a 20.15 hs. Oferta 3388

**Dreamweaver.** Prof. Gastón Ditommaso  
Miércoles 20.30 a 22 hs. Oferta 3393

**Photoshop.** Prof. Jorgelina Vicente  
Miércoles 18.45 a 20.15 hs. Oferta 3380

**Illustrator.** Prof. Jorgelina Vicente  
Miércoles 20.30 a 22 hs. Oferta 3384

**Flash.** Prof. Andrés Tallarico  
Jueves 8 a 9.30 hs. Oferta 3389

**Dreamweaver.** Prof. Andrés Tallarico  
Jueves 9.45 a 11.15 hs. Oferta 3391

**Illustrator.** Prof. Graciela Reyes  
Jueves 8 a 9.30 hs. Oferta 3385

**Illustrator.** Prof. Graciela Reyes  
Jueves 9.45 a 11.15 hs. Oferta 3406

**Photoshop.** Prof. Claudio Morales  
Jueves 14 a 15.30 hs. Oferta 3382

**Photoshop.** Prof. Claudio Morales  
Jueves 15.45 a 17.15 hs. Oferta 3403

**Illustrator.** Prof. María Graciotti  
Viernes 8 a 9.30 hs. Oferta 3386

**Illustrator.** Prof. María Graciotti  
Viernes 9.45 a 11.15 hs. Oferta 3404

Todos los talleres se dictan en la sede de Mario Bravo 1302. La inscripción es por Sistema de Alumnos.

www.palermo.edu/dyc > Orientación Estudiantes > Calendario Académico > Calendarios Especiales > Ciclo de Computación Gráfica  
 Coordinación del Ciclo: Andrés Kesting | computaciongrafica@palermo.edu | Mario Bravo 1274 | 5199-4500 interno 1803

**Diálogos con Profesionales. Ciclo de Desarrollo Profesional de los 4º años de todas las carreras de la Facultad**

**La asignatura Seminario de Integración I (opción Diálogo con Profesionales) integra los planes de estudio en los cuartos años de todas las carreras de la Facultad. En esta asignatura se invita a destacados profesionales de los diseños y las comunicaciones para dialogar con los estudiantes.**

7 de abril, 9 hs.

**Fernando Solari**, Consultor de comunicación. Lazos comunicantes Estrategias RSE. (Prof. Aprile)

**Emmanuel Taub**, cientista político (Prof. Caniza)

7 de abril, 19 hs.

**Gonzalo Rodríguez Boido**. bookiebro.com - Paladines creativos. Consultora de Diseño y Comunicación. (Prof. Orlando Aprile)

14 de abril, 9 hs.

**Miguel Dashuta**, Consultor en comunicación (Prof. Orlando Aprile)

• Cecilia González Campo, Arquitecta (Prof. Caniza)

14 de abril, 19 hs.

**Roberto Hernández**. Gerente General de Concept Media. Panorama de las centrales de medios (Prof. Orlando Aprile)

21 de abril, 9 hs.

**Edgardo Ritaco**. Periodista. Adlatina.com (Prof. Orlando Aprile)

**Guillermo Stein**. Stein Branding (Prof. Caniza)

28 de abril, 9 hs.

**Matías Nardelli**, Director de Cuentas de Nardelli y Asociados (Prof. Caniza).

# “Buscar tendencias en diseño consiste en estudiar desde una perspectiva macro y micro cuáles son los paradigmas que nos esperan”

Comentó Gabriela Nader de Ipsos-Novaction en las 5<sup>º</sup> Jornadas Universitarias de Diseño Industrial 2007

**En noviembre del 2007 se llevaron a cabo las 5<sup>º</sup> Jornadas Universitarias de Diseño Industrial bajo el tema “Tendencias e Innovación en Diseño” dedicado a leer tendencias, modelos de innovación, casos exitosos y proyectos innovadores que compiten internacionalmente.**

El encuentro se inauguró con la conferencia de **Gabriela Nader** de Ipsos-Novaction sobre tendencias, herramientas y modelos. Nader planteó el interrogante acerca de cómo leer una tendencia emergente y dijo que la primera cuestión que debe dilucidarse es de dónde nace esa fuerza. “Es una ola que se empieza a mover y genera algo que viene después - agregó. “Una ola impulsada por hechos sociales, hechos político-económicos que producen fuertes efectos sobre la cultura y que generan efectos en la población y, de esa forma, sobre la vida cotidiana.” Comentó que al investigar este fenómeno siempre surge la duda sobre quiénes son esas personas que son más sensibles que otros a estas tendencias. “Estas personas son los *trendsetters*. Personas que son sensibles a los hechos sociales, son creativos e innovadores - explicó Nader. Son los responsables de la génesis de las tendencias emergentes que al consolidarse generan una nueva tendencia a partir de los vanguardistas que reaccionan generando valores y hábitos.” Para estudiar las tendencias emergentes, aclaró Nader, Ipsos trabaja con una herramienta denominada *trend observer* que consiste en la búsqueda de tendencias en los países originarios donde se gestan primero, para luego expandirse en el marco de la globalización.

En definitiva, concluyó la expositora, la búsqueda de tendencias consiste en estudiar desde una perspectiva macro, pero también micro, cuáles son los paradigmas que nos esperan.

Una tendencia en la innovación que, dependiendo de los factores que la impulsan, puede responder a una tendencia emergente o ser el artífice que la produce. Para conocer la forma en que empresas líderes en innovación trabajan alrededor de este tema, el siguiente conferencista, **Eduardo Sebriano**, Gerente de Inteligencia de Mercado de Nestlé Argentina, se refirió al programa de innovación de productos de su empresa. Hizo una breve introducción donde contó que Nestlé aborda la investigación y el desarrollo de sus productos enfocando toda la vida de una persona y a partir de esta perspectiva va desarrollando productos para todas las etapas de su vida. A continuación, Sebriano se refirió al consumer insight que es el proceso mediante el cual Nestlé intenta detectar las necesidades del consumidor para después generar un producto innovador. “¿Qué es un *insight*?”, preguntó Sebriano, “es intentar volver a ser un niño de cuatro años para ver la realidad desde perspectivas innovadoras”. Por otra parte, contó que Nestlé trabaja con paneles sensoriales que pueden deconstruir atributos y medir intensidades. De tal manera que “la tendencia es el estudio del preludio de hechos concatenados que se manifiesta en variables causales que se pueden medir a nivel global”, concluyó Sebriano.

Abordando la innovación en otra escala y en un mercado totalmente diferente, **Pedro Reissig** junto con su socio **Matías Fernández Moores**, expusieron en su conferencia “La innovación como sendero de vaca” las creaciones de su marca Vacavaliente y compartieron su experiencia en el emprendimiento. Reissig señaló que “el dolor más grande para nosotros fue el pasaje de emprendimiento a empresa porque pasar a ser una empresa es realmente donde cambian los valores, las prioridades, en qué invertís tu tiempo”. En la actualidad, Vacavaliente diseña y fabrica productos elaborados con cuero reconstituido en sus líneas mascotas, jugar y habitar. “Nos motiva buscar usos inexplorados del cuero”, señaló Reissig. Haciendo referencia a la importancia y la forma de abordar la innovación en Vacavaliente, Reissig señaló que “el primer momento de pensamiento fue la idea general y recién ahora nos volvemos a parar y pensar un poco. Y pensamos en como continuar innovando”. Su objetivo es mantener vivo el mismo espíritu de querer ir más allá que constituye el desafío ineludible en el campo de la innovación y el diseño, concluyó.

**“¿Qué es un insight?”, preguntó Sebriano, “es intentar volver a ser un niño de cuatro años para ver la realidad desde perspectivas innovadoras”**

Eduardo Sebriano, Gerente de Inteligencia de Mercado de Nestlé Argentina

El siguiente conferencista de la jornada, **Néstor Pierres**, diseñador industrial especialista en envases, exploró la temática del futuro de los envases. Luego de hacer una introducción en la que se refirió a los elementos constitutivos del envase, explicó que “a medida que avanza la innovación se requiere más información por lo que adquiere una mayor importancia la iconografía visual”. También dio varios ejemplos de nuevos materiales, tendencias en formas de envase y demandas que surgen en un mercado globalizado.

A continuación, y para abordar la temática de la innovación desde la perspectiva del diseño local, se presentaron en la jornada casos de innovación generados por estudios locales de diseño industrial. Entre ellos, estuvieron presentes **Andrés Moresco**, director del estudio de diseño industrial para terceros llamado Ruptura, y **Washington Pérez Igiel**, director de Innóvulo, un estudio que diseña productos innovadores para ser patentados. Entre los numerosos casos de innovación

que diseñó Ruptura presentaron el *pack* triangular desarrollado para Osram, un microscopio al que se le agregó una pantalla para simplificar ciertas funciones, un sistema modular simplificado para el reemplazo de lámparas y una forma más sensual que no se asemejara a un robot como es usual en artefactos similares de origen alemán.

También estuvieron invitados **Juan Serrano** y **Lorena Alonso** de Ustatic, quienes compartieron su experiencia en el diseño de una vivienda modular por encastre rápido que facilita la construcción de viviendas a partir de la modularidad y la simplificación del montaje.

Entre otros casos de innovación interesantes que se encuadran dentro de la tendencia del diseño sustentable, Alonso y Serrano se refirieron al catamarán ecosustentable y a un traje purificador de aire que trabaja con un sistema de carbón activado. “La idea es que las personas en lugar de contaminar, descontaminen”, señaló Serrano.

**“No hay límites para la innovación”**

Andrés Moresco, Director de Ruptura

Luego **Cristóbal Papendieck** y **Martín Boschetti** de Dirimo hablaron de su estudio, que se dedica al diseño de producto, diseño de equipo hospitalario y gestión de maquetas y prototipos, remarcando la importancia que tiene la innovación para sumar valor agregado. Al respecto, señaló Boschetti, “No hay nuevas maneras de pensar, sino nuevas maneras de hacer.”

Luego se presentaron proyectos innovadores de jóvenes profesionales que resultaron finalistas en el Concurso Index 2007 en Dinamarca. Index es una organización global sin fines de lucro que estimula el diseño como instrumento para mejorar la calidad de vida alrededor del mundo. En ese marco, la organización intenta concientizar a los diseñadores sobre el potencial humano y comercial del diseño como disciplina para mejorar la calidad de vida. Resultaron finalistas en el concurso productos innovadores diseñados por jóvenes profesionales argentinos: proBCK Solar y Mousecap. Los participantes, **Vera Kade** y **Javier Berati** por BCK Solar; y **Martín Belzunce** y **Nahuel González** por Mousecap, compartieron la experiencia de haber participado en este concurso. Kade comentó que “el diseño comenzó como un proyecto de la facultad que quedó ahí, los seguimos probando, lo seguimos mejorando un poco y en un momento lo presentamos en Innovar”. Por su parte Martín Belzunce y Nahuel González, ambos ingenieros electrónicos, explicaron que su producto Mousecap es un periférico diseñado para personas con discapacidades motoras moderadas y serias. “El dispositivo cumple con las mismas funciones de un *mouse*, pero su manejo se realiza a través de los movimientos de la cabeza”, explicó González. En la actualidad se encuentran en la etapa de ejecución del diseño del producto final con miras a producirlo para su comercialización.



Gabriela Nader, Ipsos-Novaction



Eduardo Sebriano, Gerente de Inteligencia de Mercado de Nestlé Argentina



Pedro Reissig y Matías Fernández Moores, Vacavaliente



Néstor Pierres, diseñador industrial

**“El dolor más grande para nosotros fue el pasaje de emprendimiento a empresa porque pasar a ser una empresa es realmente donde cambian los valores, las prioridades, en qué invertís tu tiempo”**

Pedro Reissig, Vacavaliente



# “En creatividad publicitaria a la hora de definir un medio, todo se sintetiza en una buena o en una mala idea”

Afirmó Joaquín Molla de la Comunidad en 2 días de Creatividad Publicitaria



Se realizó el ciclo **2 días de creatividad publicitaria los días 14 y 15 noviembre 2007 para analizar el proceso creativo: La Agenda Publicitaria. Estas Jornadas contaron con la presencia de los creativos más reconocidos de las agencias argentinas. Este ciclo facilita la vinculación con los creativos publicitarios de los estudiantes de las Licenciaturas en Publicidad y de Dirección de Arte Publicitario que dista la Facultad**, El ciclo se inauguró con **Jorge Villegas** de la

< Pancho Dondo (Adlatina), Papón Ricciarelli (McCann Erickson), Damián Kepel (Kepel y Mata), Joaquín Molla (la Comunidad) y Mariano de la Vega (Kasiopea.net)

Asociación de Planning Argentino quien resaltó la importancia de los premios APG porque consideran el planeamiento estratégico de una campaña de comunicación en una empresa, deben tener: una idea estratégica innovadora, un gran trabajo creativo y un claro vínculo entre ambos. Para demostrar esto, APG invitó al ganador Grand Prix: Axe de la mano de **Diego Luque**, Director de Planning Vega Olmos Ponce.

El caso muestra que un profundo entendimiento de los consumidores se convierte en una oportunidad para la marca, esta oportunidad da a Axe la base de una estrategia de comunicación, a su vez es una estrategia creativa y termina siendo un gran negocio para la empresa. Diego Luque señaló que Axe ha sido ganador del Grand Prix de Cannes durante el 2007, también.

**Bernardo Geoghegan** Director Regional de Planning Ogilvy & Mather presentó el caso Sprite. Enseñó que Sprite pudo aplicar a su marca las características analizadas para otras marcas ajenas al mercado de gaseosas, pero iniciadoras de tendencias. Buscaron características que las hacen únicas y las aplicaron a su marca, como por ejemplo: decir las cosas como son, hablar del producto; premisas sobre las que Sprite desarrolla su campaña de comunicación.

**Rosario Galeano**, Coordinadora Ejecutiva CONEP Argentina; Concursos y Evaluaciones Profesionales de Marketing S.A., contó a los asistentes la diferencia entre los Premios Effie con los premios APG, para de esta forma cubrir la eficiencia de la creatividad.

Los Premios Effie Argentina constituyen la principal distinción profesional de evaluación de marketing y publicidad en el medio publicitario y centra su preocupación en el aporte de las campañas

de publicidad a los resultados obtenidos por las estrategias de marketing de las que forman parte. En el transcurso de la tarde se mostraron publicidades ganadoras de Effie y se trabajó sobre los puntos fuertes de cada ganador para el jurado. El Círculo de Creativos Argentinos es, en nuestro país, la entidad que realiza este análisis y quien entrega del Premio Diente, porque consideramos indispensable el debate sobre el tema.

**Lucía Capurro**, Directora del CCA nos explicó que los objetivos del Círculo son: elevar el nivel creativo de la publicidad argentina; lograr para sus creaciones un reconocimiento cada vez mayor a nivel regional e internacional; unir a los profesionales del sector; generar iniciativas que contribuyan a mejorar la formación de los actuales y futuros miembros de los departamentos creativos de las agencias; mostrar a todos los actores de la industria de la comunicación el valor de la creatividad; constituir un foro de debate sobre todas las cuestiones que atañen a la creatividad; y establecer vínculos con todos los representantes de la cultura que sean creativos y argentinos.

Como cierre del primer día se realizó una mesa de debate sobre la eficiencia del proceso creativo donde Bernardo Geoghegan, Planning de Ogilvy; hizo hincapié en el papel del Planning. “El Planning analiza la información del consumidor, permite conocerlo y cuanto más se lo conozca más fácil es llegar a él”. **Gonzalo Vidal** Director de Comunicaciones Integradas de VegaOlmosPonce, agencia que desarrolló la cuenta Axe; se sumó al ejemplo anterior enfatizando el hecho de que no solo la planeación permitió que la agencia y la empresa se potencien para lograr un caso tan exitoso no solo en premios, sino también

números. El afirmó que: “Las comunicaciones integradas permiten a las empresas poder realizar una campaña que incluya todo lo que el cliente necesita y así llegar a todos los consumidores.”

**Leandro Cahn**, de la Fundación Huésped, reflexionó, “No todas las empresas manejan grandes presupuestos, la planeación puede hacerse pero a veces no manejamos los recursos que las agencias creen; de hecho, muchas veces las agencias ofrece a los clientes campañas que no piensan en el clientes, sino en la agencia.” Cahn propuso al auditorio: “Quizás ustedes deberán tratar con clientes que son pequeñas empresas y serán quienes deban incentivar al dueño que busque conocer al cliente, acercarse por distintos medios para llevar a cabo grandes ideas con presupuestos acotados.”

**Jorge Castrillón** de la Asociación Argentina de Agencias de Publicidad, aportó no solo su conocimiento como presidente de la AAAP, sino su rica experiencia como publicista, por lo que pudo manejar los puntos encontrados entre los distintos participantes del debate.

De esta forma las jornadas de creatividad en su primer día cubrieron no solo el proceso creativo, sino su eficiencia y la pieza creativa resultante.

El jueves 15 comenzó con la presentación de ALPI, a cargo de la Dra. **Ana María Barriónuevo**.

**Paco Savio** coordinó el Workshop Creatividad para la Comunidad, dirigido a elaborar ideas que lleven a ALPI a reposicionar la organización entre los más jóvenes y así enfatizar su campaña estratégica comunicación para recaudar fondos.

“La única forma de crear es poder sentir, ponerse en el lugar de la persona a quien orientamos la

campaña” les dijo Paco Savio a los estudiantes mientras entregaba muletas a los grupos, tapaba ojos con cintas, ataba pies y les daba sillas de ruedas.

“Solo sintiendo lo que siente cada uno de nuestros clientes cuando está en la calle, podremos concientizar a otros para que nos apoyen.”

Todas estas ideas están en poder de ALPI y se pueden encontrar en el blog: [www.creando-up-remolino-alpi.blogspot.com](http://www.creando-up-remolino-alpi.blogspot.com)

Como cierre de 2 días de creatividad publicitaria se generó un debate entre **Damián Kepel**, de Kepel y Mata; **Papón Ricciarelli**, de McCann Erickson; **Mariano de la Vega** de Kasiopea.net y **Joaquín Molla**, de la Comunidad moderado por **Pancho Dondo** en representación de Adlatina. La temática se centró en las nuevas tendencias y medios alternativos.

Damián Kepel reflexionó junto a los presentes “Muchas veces el contacto con los clientes, los viajes y las presiones del ir creciendo profesionalmente los aleja de las ideas y los acerca más a las decisiones.”

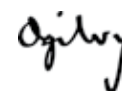
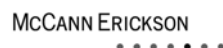
Mariano de la Vega se centró en la evolución de la comunicación, “La publicidad no cambió y el objetivo es el mismo: llegar al consumidor sin importar que este frente TV, o ante una radio; la diferencia entre hoy y antes es que ahora puede hacerse casi todo el día”.

Coincidió en que a la hora de definir cualquier medio todo se sintetiza en una buena o mala idea, pero Joaquín Molla expresó “El precio que se paga al intervenir con una mala idea en el mundo privado del consumidor es mucho más alto que al hacerlo en la por medio comunicación masiva.”

Papón Ricciarelli consideró “Las ansias de querer ser y el continuo buscar estar de los argentinos hace que la mente este siempre en búsqueda, originado quizás por su lejanía geográfica.”



Leandro Cahn (Fundación Huésped), Gonzalo Vidal (VegaOlmosPonce), Bernardo Geoghegan (Ogilvy & Mather) y Jorge Castrillón (AAAP)



Rosario Galeano (CONEP Argentina)



Lucía Capurro (CCA)



Ana María Barriónuevo (ALPI)



Paco Savio (agencia Remolino)

# “Es un tema que muchas personas desconocen y fue muy interesante cómo se llevo la investigación”

Expresaron los estudiantes de de 1º S de Diseño Gráfico (Prof. Claudio Eiriz) al elegir el trabajo ganador

**La Semana de Proyecto Jóvenes de Investigación y Comunicación es un espacio de presentación de la producción de los estudiantes de 1º año de todas las carreras de la Facultad de Diseño y Comunicación.**

**En este evento que se realiza al final cada cuatrimestre, los estudiantes presentan sus proyectos de investigación y comunicación, desarrollados durante las cursadas de las asignaturas Introducción a la Investigación, Comunicación Oral y Escrita y Taller de Redacción. A continuación, los ganadores de la asignatura Introducción a la Investigación del segundo cuatrimestre 2007 organizados por docente.**

Desde el primer día de clases todos los estudiantes de la Facultad crean, producen, investigan y comunican. Los Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación expresan una estrategia pedagógica innovadora que desarrolla la Facultad para formar, desde una perspectiva integral, profesionales del Diseño y las comunicaciones.

En cada curso los estudiantes, organizados en equipos de trabajo, presentan a sus compañeros y el docente titular de dicho curso los proyectos desarrollados durante el cuatrimestre.

La asignatura Introducción a la Investigación es cursada por todos los estudiantes de la facultad en el primer cuatrimestre de sus carreras y en ellas desarrollan proyectos “jóvenes” de investigación. La asignatura Comunicación Oral y Escrita es cursada por todos los estudiantes de la Facultad en el segundo cuatrimestre de sus carreras y en ella desarrollan sus proyectos “jóvenes” de investigación.

En cada curso el profesor titular y los estudiantes eligen el mejor proyecto presentado. En algunos casos coinciden y en otros no. A continuación se consigna curso por curso, organizado por docente, el trabajo ganador con sus autores de la asignatura **Introducción a la Investigación**. Se transcriben opiniones de los compañeros que seleccionaron el trabajo ganador.

**Laura Aguirre •** Diseño Textil y de Indumentaria (1º G y Q)

Proyecto ganador: *Moda y publicidad: cómo publicitar una nueva marca de moda* (Nydia Almeida)

Proyecto ganador para los alumnos: *¿Es siempre saludable la moda?* (Celeste Ha, Florencia Iroz, Laura Kim). “Interesante, un tema que informa y hace entender que a pesar de lucir “bellas” hay que saber las consecuencias de la moda”

**María Clara Beverini •** E-Design-Diseño de Imagen y Sonido (1º S)

Proyecto ganador: *Las nuevas tecnologías para la enseñanza en las primeras edades* (Adrián Ananía, Anibal Kuznicki, Martín Rodríguez Ferrari)

Proyecto ganador para los alumnos: *La música psicodélica* (Gastón Boente, Adrián Piscione)

“Me pareció que tuvieron una muy buena ex-

posición. También porque el tema me interesó y me aportó información que desconocía. Por último dieron lugar a preguntas y supieron responderlas.”

**Florencia Bustingorry •** Diseño Textil y de Indumentaria (1º S)

Proyecto ganador: *Influencia de la moda en los cánones de belleza* (Belén Pacheco, Carla Quiroga, Salomé Santoyo)

Proyecto ganador para los alumnos: *Crisis en la imagen de Kosiuko* (Jennifer Pernik, Virginia Renzoni, Nicole Veitz). “Es un tema de interés social y de moda, llama la atención y trata de concientizar”

**Carlos Bustos •** Organización de Eventos (1º G y S)

Proyecto ganador: *Los diferentes rituales de las bodas en el mundo* (Delfina Corti Maderna)

Proyecto ganador para los alumnos: Compartido entre *Los diferentes rituales de las bodas en el mundo*. “Interesante el tema de los ritos y las distintas religiones” y *Los piqueteros* (Santiago Agustín Bori). “Interesante el planteo”.

**Ana Laura Calciano •** Publicidad (1º A)

Proyecto ganador: *Historia de mi familia-Abuelos 2* (Lucía Gardella, Andrés Norambuena, Eduardo Rodríguez)

Proyecto ganador para los alumnos: *Vacaciones* (Oscar González, Belén Rais Fuertes, Pablo Zoppi). “El motivo principal es por la forma de presentación y discurso oral de los del grupo. Mas allá de la historia en sí”.

**Gerardo Cattaneo •** Licenciatura en Turismo, Licenciatura en Hotelería (1º S)

Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: *Yo hotel. Mi relación con el huésped* (Efraín Castro, Mauricio Kotik). “Porque tuvo un hilo conductor que nos llevó a comprender desde las relaciones actuales a las anteriores con el huésped”.

**Inés Cisneros •** Diseño de Interiores (1º Q y S)

Proyecto ganador: *Creación del International Student Services* (Rebeca Cuevas)

Proyecto ganador para los alumnos: *Luz y color en el diseño de interiores* (María Andrea Calvo, Cristina Echeverry). “Porque aprendí el significado de la luz y el color, para aplicarlo de la mejor manera en el diseño”

**Carina Cosentino •** Cine y TV (1º Q y S)

Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: *El comic en el cine* (Oscar Cristian Díaz, Irina Santana Forero). “Buena relación entre el contenido visual y la exposición oral”.

**Paula Danishewsky •** Management Gourmet (1º S)

Proyecto ganador: *Mitos y realidades de la cocina afrodisíaca* (Rafael Andrade, Isabel Ramírez, Nathali Sancho)

Proyecto ganador para los alumnos: *El chocolate y sus sensaciones* (Verónica Cotte, Fiorella Espósito, Carla Rizzolli). “Me gustó mucho, es un tema muy interesante. No sabía que era afrodisíaco”.

**Claudio Eiriz •** Diseño Gráfico (1º S)

Proyecto ganador: *Minimalismo y páginas web* (Ricardo Capuano, Gustavo Lombardo)

Proyecto ganador para los alumnos: *Tribus urbanas* (Gastón Andersson Ruiz, Mariela Soledad Caloisi, Félix Suárez). “Es un tema que muchas personas desconocen y fue muy interesante cómo se llevo la investigación”.

**Analía Romina Faccia •** Organización de Eventos (1º S)

Proyecto ganador: *Diferencias entre el teatro under y el comercial* (Lucio Tirao)

Proyecto ganador para los alumnos: *Violencia e inseguridad en las canchas de fútbol. Un estudio de caso: la cancha de Boca* (Natalia González Yangordo). “Muy interesante el tema y desarrolla muy bien en la investigación su experiencia personal en la cancha”.

**Yanina Gambetti •** Organización de Eventos-Publicidad (1º S)

Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: *Los imaginarios sociales en torno a la cumbia villera en Buenos Aires* (Max Lennin Aliaga Torres, Agustín Vanini, Lara Rodríguez). “Muy buena exposición oral, acompañado de una ayuda audiovisual muy completa”.

**Silvia Garay •** Licenciatura en Turismo-Licenciatura en Hotelería (1º S)

Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: *Demanda de turistas latinoamericanos a El Salvador y Argentina* (Ana Mercedes Hernández, Emmanuel Morales Arteaga, Andrea Munguía). “Un tema muy interesante ya que se ven las problemáticas de por qué personas de otros continentes no vienen a Sudamérica o Latinoamérica en general. La inseguridad es lo que hay que cambiar”.

**Sebastián Gil Miranda •** Diseño Industrial-Diseño de Interiores (1º S)

Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: *Absolut-El Renacimiento* (Rodrigo Alzadora, Elias Chacar, Esteban Jiménez Zapiola, Pablo Lembo, Pablo Torres). “Está muy bien logrado, tanto la gráfica como la exposición y refleja lo que toma la marca para vender el producto y muestra lo que el Renacimiento tiene como principios”.

**Guadalupe Gorriez •** Licenciatura en Hotelería (1º S)

Proyecto ganador: *Hostel: ¿Una nueva modalidad de alojamiento turístico?* (Alejandra Ángel Orrego, Andrés Silva Garnica, Andrea Zachrisson Rodríguez)

Proyecto ganador para los alumnos: *Claromecó- Infraestructura y servicios turísticos* (Matías Rossi). “Por el conocimiento sobre el material y por la importancia que puede tener el tema en el desarrollo turístico del país”.

**Yamila Grandi •** Diseño Industrial (1º G y S)

Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: *La tecnología de la comunicación en la Posmodernidad* (Leandro Molina Yanelli). “Buena elección del tema, trabajo bien planteado y muy organizado”.

**Yanina Guerzovich •** Diseño Industrial (1º S)

Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: *El tatuaje como modo de expresión* (Juan Ignacio Faisal). “El tema es interesante y su enfoque también. La presentación fue buena y clara”.

**Adrián Guillot •** Diseño Textil y de Indumentaria (1º Q y S)

Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: *Televisión vs. Internet* (Santiago Doglio). “Me pareció la más interesante y la más completa. Definí conceptos de la manera que nunca había escuchado y presentó un tema “conflicto” que no se me hubiera ocurrido que pasaba”.

**Ernesto López •** Relaciones Públicas-Comunicación Empresarial (1º Q y S)

Proyecto ganador: *Existe paralelismo entre los autos Fórmula 1º y los de la calle* (Laura Bianchi, Franco Turci)

Proyecto ganador para los alumnos: Compartido entre *El aborto en Argentina y Colombia* (Noelia Barreira, Sabrina Perpetua, Andrea Vacca Rivas). “Porque es un tema de la actualidad que nos interesa y porque se comparan dos países parecidos, pero en cuanto al aborto hay gran diferencia y me parece interesante” y *Biodisel* (Jennifer Lamcraft). “Porque fue una exposición fluida, manejó muchas imágenes, folletos y la presentación fue didáctica e informativa”



Proyecto: *Hostel: ¿Una nueva modalidad de alojamiento turístico?* (Orrego, Silva Garnica, Zachrisson Rodríguez). Prof. Gorriez



Proyecto: *Claromecó. Infraestructura y servicios turísticos* (Matías Rossi). Prof. Gorriez



Proyecto: *Televisión vs. Internet* (Santiago Doglio). Prof. Adrián Guillot



Proyecto: *Oportunidad de inserción laboral (...)* (Andrea Cárdenas Buitrago, Karen Cisneros Carranza). Prof. Alejandro Terriles

**Alicia Macías** • Producción de Modas (1° Q y S)  
Proyecto ganador: *Gothic-Lolita* (Florencia Di Giácomo, Nicolás Figueroa, Alejandra Leiva, Antonella Vasile)  
Proyecto ganador para los alumnos: *Del "old rave" al "new rave"* (Ayelén Mateu, Berta Menargues, Rocío Zárate). "Me pareció muy interesante el tema, ya que no es muy hablado y lo presentaron muy bien".

**Beatriz Matteo** • Lic. en Fotografía (1° S)  
Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: *Bar Carlitos* (Francisco Cestac, Eugenio Morales). "Una buena presentación oral y también buena representación fotográfica".

**Romina Moschella** • Diseño Gráfico (1° G)  
Proyecto ganador: *Tribus urbanas: ficción y realidad* (Alan Magrini, Pablo Pizarro, Sebastián Rojas, Florencia Vallejos)  
Proyecto ganador para los alumnos: *La subjetividad y la fotografía* (Justina Daroca, Laura Etcheverry, Ricardo Fernández). "Hicieron un buen desarrollo del tema y usaron medios fotográficos interesantes para exponer".

**Hugo Salas** • Cine y TV (1° S)  
Proyecto ganador: *La amante en la clase media porteña* (Rosana Bruschini, Laura Iguarán Díaz, Carla Rosato)  
Proyecto ganador para los alumnos: Compartido entre *Profesores de la Universidad de Palermo* (Jesús E. Castro Rodríguez, Enzo Eduardo Fernández Ciotola). "Es un tema muy actual que por momentos o por cosas que transitaban en su investigación siento que han tenido inconvenientes similares a los míos" y *La vejez* (Sabrina López). "Estudio y análisis desarrollado con gente del entorno y gente que está pasando por la experiencia".

**María Magali Turkenich** • Publicidad (1° G)  
Proyecto ganador: *Posicionamiento de marca AXE* (Edgar Aguirre Quintero, Stefany Bosch Rovati, Natalia Paredes Suárez, Diana Sandoval Luque, Omar Vanegas)  
Proyecto ganador para los alumnos: *Quilmes, publicidad que emborracha* (Rodolfo Lozano, Juan David Soto, Ángela Hernández, Stephanie Halliday). "Creo que puede ser de gran interés para el público extranjero conocer parte de la historia de un producto argentino".

**Andrés Olaizola** • Cine y TV - Diseño Gráfico (1° G, Q y S)  
Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: *Publicidad no tradicional (PNT) luego de la crisis del 2001*. (Florencia Cavanagh, Juan Manuel Gemelli, Luciana Melgar, Marcos Miguens). "Claros los conceptos y bueno el material proyectado."

**José Luis Petris** • E-Design-Diseño de Imagen y Sonido (1° Q y S)  
Proyecto ganador el profesor y los alumnos: *Virago Caffé*. (Ignacio Puga, Fernando Quiroga, Lucas Rivellini, Manuel Torrado). "Por su interesante presentación, y su trabajo de la metáfora del artista. Realizaron una buena descripción del bar, muy detallada, y una presentación entretenida."

**Mariángeles Pusineri** • Diseño de Gráfico (1° S)  
Proyecto ganador: *Urban Toys-Juguetes de diseñador* (Camila León, Verónica López)  
Proyecto ganador para los alumnos: Compartido entre *Urban Toys-Juguetes de diseñador*. "Me pareció un tema novedoso, original y la presentación fue muy dinámica" y *Maus* (Madeleine Despouy). "Un tema diferente, creativo, conciso, interesante".

**Deborah Rozenbaum** • Diseño Gráfico-Comunicación Empresaria (1° Q y S)  
Proyecto ganador: *Como en caleta.com* (Xavier Palomeque Pincay, Fabián Rodríguez Torres, Cristina Tejeira)  
Proyecto ganador para los alumnos: *Historia de la vestimenta*. "Lo que más me gustó fue el tema, porque trata de la carrera que curso. Además tenían videos donde pasaban imágenes y cuidaban incluso el aspecto musical. Además hablaron de la indumentaria sin irse por las ramas".

**Néstor Santomartino** • Diseño Textil y de Indumentaria-Producción de modas (1° Q y S)  
Proyecto ganador el profesor y los alumnos: *Martín Churba: de la alta costura a la actividad ciudadana (humanización)*. (Florencia Alarcón, Abraham Daura, Micaela Pereyra). "Porque muestra la forma correcta de actuar de este diseñador en la sociedad. La preparación del material es muy buena. Me pareció bien enfocado y bien presentado".

**Silvina Sotera** • Diseño de interiores (1° S)  
Proyecto ganador: *Inmigración ilegal. Situación de la comunidad peruana en Argentina* (María Alejandra Otero, Romina Viarengo).  
Proyecto ganador para los alumnos: *Publicidad subliminal* (Eugenia Ganem). "Dinámico e interesante".

**Alejandro Terriles** • Publicidad (1° Q y S)  
Proyecto ganador: *Análisis comparativo de las posibilidades de inserción laboral y desarrollo profesional en el área de eventos sociales*. (Priscila Rendón)  
Proyecto ganador para los alumnos: *Oportunidad de inserción laboral de los egresados de la Licenciatura en Publicidad de la Universidad de Palermo a partir del programa Trabajos reales para clientes reales* (Andrea Cárdenas Buitrago, Karen Cisneros Carranza). "Porque da a conocer un proyecto de la Universidad, muchos estudiantes éramos ajenos a esto, pues no conocíamos la ventaja que da la Universidad frente a otras."

**Alejandro Terriles** • Relaciones Públicas-Comunicación Empresaria-Publicidad (1° S)  
Proyecto ganador el profesor y los alumnos: *Posibilidad de trabajo de estudiantes de indumentaria* (Ana Paula Fernández) "Problema, objetivos y preguntas claras y concisas. Marco teórico bien desarrollado."

**Entrega de premios:**  
**10 de julio 2008, 18.30 hs.**  
Mario Bravo 1050. 6° piso, Auditorio



Proyecto: El aborto en Argentina y Colombia (Noelia Barreira, Sabrina Perpetua, Andrea Vacca Rivas). Prof. Ernesto López



Proyecto: Bar Carlitos (Francisco Cestac, Eugenio Morales). Prof. Beatriz Matteo



**EstudiantesDC** on line es una publicación digital mensual destinada a los estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación, que anticipa las novedades académicas y administrativas del mes de la Facultad. Este *newsletter* se envía a comienzos de cada mes. En este caso la edición 13 se envió a comienzos de marzo y, en DC de abril, se transcriben los principales textos como un ayuda memoria para los estudiantes.

**Para Agendar**

- Clases para estudiantes regulares: Las clases comienzan el 3 de marzo y terminan el 27 de junio. Estos estudiantes no tienen clases en la semana de exámenes previos del 19 al 23 de mayo. Los profesores, en esa semana, cumpliendo sus mismos horarios de clases, tienen exámenes como titulares o adjuntos.
- Clases estudiantes ingresantes Marzo 2008: Comienzan sus clases el 17 de marzo y terminan el 27 de junio. Los estudiantes ingresantes tienen clases normalmente durante el período de exámenes de mayo.

**Calendarios Especiales**

Las clases de las Maestrías en Diseño, Licenciatura en Diseño y de las Electivas Especiales (significa que fueron creadas especialmente y no pertenecen a una determinada carrera) cumplen el mismo calendario que los estudiantes ingresantes marzo 2008.

**Horas de consulta**

Las horas de consulta (Módulos MAP) del primer cuatrimestre 2008 comienzan el 7 de abril y finalizan el 6 de junio, no hay horas de consulta durante la semana de exámenes, del 19 al 23 de mayo.

**Ciclo de Evaluación**

El Ciclo de Evaluación, tanto para estudiantes regulares (que comienzan el 3 de marzo) como para ingresantes (que comienzan el 17 de marzo) se desarrollará desde el 2 al 27 de junio. El cierre de actas de cursada se realiza, obligatoriamente, en la segunda semana del ciclo de evaluación: del 9 al 13 de junio

**"Puedo Cambiar de Materia?"**

Los estudiantes que se inscriben en asignaturas pueden cambiar de curso y/o darse de baja de las mismas hasta 2 semanas después del inicio de las clases de cursos regulares. Esta norma se aplica a estudiantes regulares, a ingresantes y a aquellos que cursan materias electivas. Al momento de darse de baja en una materia es conveniente tener en cuenta las siguientes consideraciones para evitar consecuencias arancelarias.

- En la primera semana después de iniciadas las clases la baja de una asignatura la puede realizar directamente el estudiante a través del Sistema de Alumnos.
- En la segunda semana después de iniciadas las clases la baja de una asignatura debe realizarse completando la Solicitud en el minisitio de Orientación al Estudiante.

**No figuro en lista**

Si el estudiante no está en el acta de la cursada debe comunicarse o dirigirse inmediatamente a la Oficina de Orientación al Estudiante con el comprobante de inscripción para regularizar su situación, de lo contrario puede perder la cursada de la materia.

Por tal motivo es necesario que el estudiante se asegure estar en las actas. Pasado el primer mes de clases no se aceptan reclamos y los estudiantes no inscriptos no pueden permanecer en el aula, salvo que hayan solicitado autorización al docente para permanecer como oyente.

Recordar que los docentes no inscriben a los estudiantes en las materias, esto es un trámite administrativo que lo debe realizar el alumno.

Es responsabilidad de los estudiantes estar formalmente inscriptos en las asignaturas que cursan (deben aparecer en el acta de cursada respectiva).

**Oferta Especial de Seminario I**

Para estudiantes de todos los 4° años: Los estudiantes que quieran realizar su Proyecto de Graduación a lo largo del año (y no solamente en el último cuatrimestre de su carrera) pueden cursar Seminario de Integración I a partir de marzo 2008. Solicitarlo a [gestiondc@palermo.edu](mailto:gestiondc@palermo.edu). Se han abierto varias ofertas de esta asignatura.

**Taller de Diseño Industrial**

El Taller de Diseño Industrial es el espacio que cuenta con las herramientas adecuadas, en el que los estudiantes de Diseño pueden realizar sus trabajos. Aquellos que estén interesados en utilizarlo, deben solicitarlo por pedido especial a [gestiondc@palermo.edu](mailto:gestiondc@palermo.edu)

**Electivas Especiales**

Todos los cuatrimestres la Facultad organiza varias cátedras para enriquecer la formación de los estudiantes más allá de sus carreras. Estas materias son creadas a pedido de los estudiantes que quieren especializarse y concentrar su formación en temáticas y/o proyectos especiales.

Electivas para el 1° cuatrimestre 2008: Geometría por Computador • Taller de Confección • Taller de Serigrafía • Taller de Prototipos y Maqueta • Historia de la Moda • Diseño de Calzados • Programa de Asistentes Académicos • Diseño de Lencería • Introducción al Diseño de Espectáculos • Historia del Diseño II • Proyecto y Crítica II • Modelado y Rendering Digital A • Técnicas de Investigación • Investigación y Desarrollo II, entre otras.

**Licenciatura en Diseño**

Los estudiantes de las carreras de Diseño de la Universidad de Palermo pueden comenzar a cursar las materias de la Licenciatura en Diseño a partir del segundo año de sus carreras. En este caso la pueden cursar como materias electivas y así mientras van avanzando simultáneamente en la Licenciatura en Diseño.

**Talleres Operativos – Area Audiovisual**

Los módulos abarcarán los siguientes temas: Introducción al Estudio de TV, Cámara, Sonido, Iluminación, Edición Analógica y Edición Digital. El Ciclo esta compuesto por seis módulos de dos horas cada uno, que se dictarán una vez por semana. La oferta horaria está disponible en varios días y horarios: a) De lunes a viernes de 11:30 a 13:30, b) Sábados de 09:15 a 11:15, c) Sábados de 11:30 a 13:30

**Diseño Mobiliario y Diseño de Joyas como Electivas**

Los estudiantes de Diseño industrial tiene la posibilidad de tomar sus electivas de Diseño Mobiliario y así obtener el Título de Diseñador de Mobiliario, único a nivel universitario en el país y Latinoamérica, en forma complementaria.

Los estudiantes de Diseño de Modas y los de Diseño Industrial tienen la posibilidad de tomar como electivas las materias de Diseño de Joyas y obtener el título de Diseñador de Joyas, único a nivel universitario en el país y Latinoamérica, en forma complementaria.

# Nuevos profesionales de Diseño y Comunicación



Carlos Abadía



Natalia Bagnati



Celeste Berettera



Matías Boll



Baltasar Nista



Pamela Goggia



Roxana Thorne De Obergoso



Juliana Gómez Vecchio

**Felicitaciones a los nuevos profesionales que con gran esfuerzo, creatividad y pasión han obtenido su título de grado (carreras de cuatro años de duración) en la Facultad de Diseño y Comunicación.**

**A continuación se publican fragmentos de las introducciones de los Trabajos Finales de Grado (TFG) escritos por sus autores.**

#### Licenciados en Hotelería:

##### CARLOS SEBASTIÁN ABADÍA (944)

##### “Hostería Terrazas Patagónicas. Plan de Negocios de Hostería en Villa La Angostura”

El Proyecto de Graduación plantea la construcción de una Hostería 5 estrellas en la localidad de Villa La Angostura, Provincia de Neuquén, con el objetivo de captar la creciente demanda de alojamiento de nivel por los turistas que visitan la región patagónica del país, satisfaciendo así la deficiente oferta actual de servicios de hotelería.

##### CAROLINA ANDRADE JIJÓN (941)

##### Cabañas Rurales “El Gauchito”

El Proyecto propone la creación de cabañas para la práctica del turismo rural con actividades educativas y recreativas para niños en San Antonio de Areco, Provincia de Buenos Aires. Estas cabañas se especializan en ofrecer actividades que contribuyan al conocimiento de la vida rural, creando momentos para compartir en familia y desarrollando la creatividad de los chicos poniéndolos en contacto con la cultura campestre.

##### ROMINA CALDERÓN SÁEZ (945)

##### “Análisis de los Hoteles Temáticos de la Ciudad de Buenos Aires”

El Proyecto analiza el fenómeno del desarrollo de los Hoteles Temáticos en la ciudad de Buenos Aires. Profundiza en el conocimiento de esta nueva categoría de alojamiento investigando acerca de su origen y evolución, su distribución geográfica en Buenos Aires, las temáticas de mayor interés entre los clientes potenciales, los servicios ofrecidos a los turistas y la relación que guarda el emplazamiento del hotel con la temática del mismo.

##### ROXANA THORNE DE OBERGOSO (946)

##### “Etnoturismo En Puno – Perú”

El trabajo desarrolla una investigación sobre el etnoturismo en la ciudad de Puno y sus islas en Perú, fenómeno que ha favorecido el conocimiento de esta zona como destino turístico y que cuenta con un alto flujo de turistas nacionales e internacionales. El proyecto se plantea el desafío de gestionar en la zona proyectos turísticos cuyo impacto no sea negativo para las comunidades

indígenas, buscando la sostenibilidad económica, social, cultural y ambiental.

##### MARÍA BELÉN ROCA VACA (940)

##### “Che Rogape. Un Hostel en las Misiones de Chiquitos”

El trabajo final de grado analiza la factibilidad de creación de un Hostel en las Misiones de Chiquitos (San Javier, Departamento de Santa Cruz, Bolivia), y propone un plan de negocios para el desarrollo del emprendimiento. La propuesta apunta a favorecer la creciente afluencia turística a este sitio histórico ofreciendo una opción de alojamiento con capacidad para albergar a una mayor cantidad de turistas brindando más comodidades y mejores servicios.

#### Licenciados en Publicidad:

##### NATALIA BAGNATI (923)

##### “Marketing de la Experiencia aplicado a los Multiespacios”

Este Proyecto de Graduación plantea la creación del multiespacio “Experiencia Kanno”, un predio abierto a toda la comunidad Renault que ofrece al consumidor la posibilidad de sentirse identificado con un grupo con el que comparte intereses y valores. El espacio contribuirá a formar y reforzar el vínculo del consumidor con la marca a través de la experiencia directa con el producto, generando fidelidad y sumando a los atributos propios del automóvil la interactividad con otras características propias de la marca.

##### CELESTE BERETTERA (930)

##### “The Viper Room. Comunicaciones integradas de MKT en el desarrollo de nuevos negocios”

Este trabajo de grado plantea el desarrollo del lanzamiento de “The Viper Room”, un espacio de vinculación de los consumidores con distintas marcas como Ftv, Prime, Speed Unlimited, Camel y Dashi /Comida Afrodisiaca. El espacio está ubicado en Puerto Madero y su objetivo es brindar entretenimiento, vanguardia y las últimas tendencias para que los consumidores vivan una experiencia “sensorial” diferente en un ámbito donde la armoniosa combinación de estilos genera un clima cosmopolita único.

##### PAMELA ALEJANDRA GOGGIA (929)

##### “La Cultura y Temas Tabú en el Entretenimiento. The Viper Room”

El proyecto aborda la problemática de la comunicación de establecimientos de entretenimiento nocturno cuya actividad es considerada tabú por una parte de la sociedad. Tomando el caso de “The Viper Room”, se propone una estrategia y un estilo de comunicación apropiada para este tipo de negocio que favorezca la adaptación al contexto social y utilice los medios adecuados para llegar efectivamente al target consumidor.

##### BALTASAR NISTA (922)

##### “De canales a Puntos de Contacto en la Comunicación”

El Proyecto plantea la evolución producida en la relación del consumidor-cliente con la marca y la necesidad de un cambio de estrategia a la hora de concretar un plan de comunicación. La marca no sólo se comunica con sus clientes/consumidores, sino que se vincula con ellos por la necesidad de llegar efectivamente ante la gran competencia y saturación que hay a nivel comunicación y mercado. Por eso, se habla de puntos de contacto y no canales de comunicación. Estos puntos, son lugares neurálgicos donde la marca se puede relacionar con su consumidor.

#### Licenciados en Relaciones Públicas:

##### MATÍAS BOLL (927)

##### “La Unión hace la Dulzura. Fusión Arcor Bagley”

El Proyecto de Graduación propone una campaña de comunicación para dar a conocer la fusión de Arcor y Bagley y generar una imagen positiva en todos los públicos vinculados a ambas empresas.

En la realización de la campaña se utilizaron las herramientas más adecuadas para comunicar la adquisición de Bagley realizada por Arcor, diseñando acciones estratégicas para cada uno de los públicos involucrados.

##### AGUSTÍN CANE (920)

##### “Reestructuración Comunicacional de Aiwa”

El trabajo propone la realización de una campaña de comunicación con el objetivo de impulsar el reposicionamiento total de la marca Aiwa en el mercado argentino luego de su adquisición internacional por parte de la empresa Sony. La campaña apunta a lograr el reconocimiento de Aiwa por parte del nuevo público al que se dirigirán sus productos en el país.

##### MARLENE LUCY DESTREÉ (921)

##### “ComprometeRSE Internamente. Beneficios de involucrar al Personal Interno en acciones de RSE”

El proyecto se propone demostrar que la participación activa de los empleados en acciones de Responsabilidad Social Empresaria contribuye a la formación del carácter ético del individuo y de la empresa en su relación con la comunidad, y a la interiorización de las habilidades que exige el nuevo paradigma de gestión corporativa; ya que el realizar este tipo de acciones contribuye a incrementar en el público interno el espíritu de equipo, sentido de pertenencia, compromiso y responsabilidad en el quehacer empresarial.

##### MARÍA AGUSTINA GARBINO (928)

##### “Imagen empresarial en situación de crisis. La comunicación de las relaciones públicas en momentos de crisis”

El Proyecto aborda la problemática de la comunicación corporativa en momentos de crisis y analiza el papel fundamental de las Relaciones Públicas en la elaboración de planes y acciones preventivas que contribuyan a superar en mejores condiciones el impacto negativo de estas situaciones en los diferentes públicos vinculados con la organización.

##### JULIANA GÓMEZ VECCHIO (934)

##### “La importancia de las Relaciones Públicas para hacer más efectiva la divulgación científica (...)”

En este trabajo se plantea la importancia de las Relaciones Públicas para hacer más efectiva la divulgación científica y facilitar la obtención de recursos a las organizaciones dedicadas al tema. Se propone la creación de una agencia de noticias especializada, a cargo de periodistas científicos y se desarrolla un plan de comunicaciones para la agencia CyTA-Instituto Leloir con el objetivo de demostrar cómo el uso de herramientas de comunicación planificadas contribuyen a la difusión del trabajo científico para poder lograr un alto impacto en la comunidad.

##### MÓNICA ROSA LIBERTINO (931)

##### “Fragua Sudamericana. La adquisición de Loma Negra por Camargo Correa”

El Proyecto analiza la adquisición de la empresa Loma Negra C.I.A.S.A. por parte del Grupo brasileño Camargo Correa en el año 2005. El análisis incluye la estrategia comunicacional de Take Over (toma de control) implementada por el Grupo brasileño y las acciones de comunicación implementadas durante el proceso.



Mónica Rosa Libertino



Agustín Cane



María Agustina Garbino



Marlene Destreé



Romina Calderón Sáez

#### diseño&comunicación

Dirección Editorial: Oscar Echevarría, Decano de la Facultad de Diseño y Comunicación (oechev@palermo.edu)  
Diseño: Constanza Togni  
Fotografía: Agustina Jait - Fernando Servente  
Textos: Andrea Pontoriero - Romina Pinto  
Tirada: 10.000 ejemplares

Universidad de Palermo.  
Facultad de Diseño y Comunicación.  
Mario Bravo 1050, 5° piso, 5199 4500  
mtogni@palermo.edu  
www.palermo.edu

